

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza marketingu vybraných cyklostezek v Moravskoslezském kraji
Marketing Analysis of Selected Bikeways in Moravian - Silesian Region

Student: Martin Kamarád

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jiří Židek

Zadání bakalářské práce

Student:

Martin Kamarád

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management.

Studijní obor:

6208R101 Sportovní management

Téma:

Analýza marketingu vybraných cyklostezek v Moravskoslezském kraji
Marketing Analysis of Selected Bikeways in Moravian-Silesian Region

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretické vymezení pojmů
 3. Analýza marketingu vybraných cyklostezek
 4. Shrnutí výsledků analýzy, návrhy a doporučení
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

DURDOVÁ, Irena. *Základní aspekty sportovního marketingu*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2005. ISBN 80-248-0827-7.

KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. vyd. Praha: Grada, 1998. 710 s. ISBN 80-7169-600-5.

MINISTERSTVO DOPRAVY. *Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy ČR*. Praha: Ministerstvo dopravy, 2005. 40 s. ISBN 80-86502-11-2.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jiří Židek**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 11.05.2012

Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry

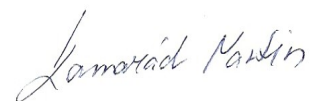


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh, vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a ostatní materiály, z nichž jsem při přípravě práce čerpal, řádně cituji a uvádím v seznamu literatury.

V Ostravě 10. 5. 2012

Handwritten signature in cursive script, reading "Zdeněk Koutný".

Poděkování:

Mé poděkování patří především mému vedoucímu Mgr. Jiřímu Žídkovi za jeho odbornou pomoc, rady, věcné připomínky a konzultace při vypracování mé bakalářské práce. Zároveň bych chtěl poděkovat firmě DHV, která provádí řešení cyklistické koncepce a odborné konzultace pro magistrát – zejména pak p. Martinovi Krejčímu za jeho čas a poskytnuté informace.

Obsah

1. Úvod.....	5
2. Teoretické vymezení pojmů.....	6
2.1 Marketing.....	6
2.1.1 Sportovní marketing.....	7
2.2 Cyklistika a její výhody	8
2.3 Historie cyklistiky.....	9
2.4 Základní rozdělení cyklistiky	9
2.4.1 Cyklistika jako přeprava	10
2.4.2 Cyklistika ve volném čase	10
2.4.3 Turistika	11
2.4.4. Cykloturistika.....	11
2.5 Cyklistika ve vztahu k okolním sektorům	12
2.5.1 Cyklistika ve vztahu k životnímu prostředí a zdraví.....	12
2.5.2 Cyklistika a cestovní ruch	13
2.6 Zákony a normy související s cyklistickou infrastrukturou.....	15
2.7 Terminologie komunikací určených pro cyklisty	15
2.7.1 Cyklistická trasa.....	17
2.7.2 Cyklotrasy EuroVelo	18
2.7.3 Cyklostezky.....	19
2.7.4 Cykloturistické trasy	20
2.7.5 Pruh pro cyklisty	20
2.8 Majetkové vymezení.....	20
2.9 Cyklistické značení.....	21
2.9.1 Cyklotrasy	21
2.9.2 Cykloturistické trasy	22
2.9.3 Značení cyklostezek.....	23
2.10 Národní strategie v rozvoji cyklistiky ČR	23
2.10.1 Cyklostrategie s cílem zvýšit bezpečnost cyklistů.....	25
2.10.2 Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s CzechTourism	25
2.11 Financování cyklistické infrastruktury	26
2.11.1 Ze státního fondu dopravní infrastruktury	26

2.11.2 Z fondů Evropské unie	27
2.11.3 ROP NUTS II Moravskoslezsko	27
2.12 Metody a techniky sociologického výzkum	28
2.12.1 Dotazník	29
2.12.2 Rozhovor (interview)	30
2.12.3 Práce s dokumenty	32
2.13 SWOT analýza	33
3. Analýza marketingu vybraných cyklostezek	34
3.1 Profil Moravskoslezského kraje	34
3.1.1 Cyklistická infrastruktura Moravskoslezského kraje	34
3.2 Beskydy RADEGAST CykloTrack	34
3.3 SWOT analýza	37
3.4 Cyklistická infrastruktura regionu Ostravsko	37
3.5 Rozhovor	38
3.6 Dotazníkové šetření	40
3.6.1 Příprava dotazníkového šetření	40
3.6.2 Výsledky vlastního šetření	41
4. Shrnutí výsledků analýzy, návrhy a doporučení	48
4.1 Návrhy a doporučení	49
4.2 Návrh obecného marketingu cyklistické infrastruktury	50
5. Závěr	51
Seznam použité literatury	
Seznam zkratk	
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
Seznam příloh	
Přílohy	

1. Úvod

Aktivní způsob života zažívá v posledních letech markantní rozkvět. Různé pohybové aktivity, které lidé provozují ve volném čase, ty jsou v opozici právě proti času stráveném v zaměstnání. Neblahý dopad tzv. sedacích zaměstnání, nedostatku pohybu a špatných stravovacích návyků způsobil velký nárůst počtu úmrtí na nemoci kardiovaskulárního systému a různých populačních chorob. Reklamní a marketingový systém začíná čím dál více propagovat zdravý životní styl, více pohybových aktivit a zdravou výživu.

Aktivní způsob trávení volného času dal vzniknout nově používanému pojmu: “aktivní dovolená,” která podporuje úroveň cestovního ruchu a zároveň se podílí na tvorbě HDP a zaměstnanosti ve formách infrastruktury fitness, wellness a beauty. Velký podíl na aktivní dovolené má cykloturistika, které se ve své práci budu věnovat.

Zvýšením zájmu o cyklistiku automaticky narůstá poptávka po cyklistickém materiálu a zároveň po cyklistickém vyžití, do kterého spadá možnost užívání jednotlivých cyklostezek nebo cyklotras. Státní správa krajů a jednotlivých obcí si pomalu připouští zvyšující se potenciál cyklistiky, právě z toho důvodu se zaměřují na zlepšení podmínek pro cyklisty. Cyklostezky se začínají zakreslovat do územních plánů. Spojení několika cyklostezek dává za vznik regionální cyklotrase, na jejímž vzniku musí jednotlivé obce spolupracovat. Udržování a zlepšování současného stavu cyklostezek stojí nemalé peníze. Kraje i obce si tuto infrastrukturu financují samostatně nebo využívají různých dotačních programů a také dotací z Evropské unie.

Hlavním cílem mé bakalářské práce je prozkoumat současný stav marketingu cykloturistické infrastruktury v Moravskoslezském kraji a v městě Ostrava. Zjistit, zdali se používá marketing při plánování a výstavbě cyklostezek. Pomocí dotazníkové metody bude zhodnocena spokojenost cyklistů se současnou situací v regionu Ostravsko. Na základě získaných informací budou vyslovena doporučení, jak současnou situaci zlepšit. Dílčím cílem práce je analyzovat marketing vybrané cyklotrasy Beskydy Radegast CykloTrack.

V první teoretické části jsou vymezeny pojmy marketing a cyklistika. Tato část je zaměřena na vše, co souvisí s cyklistickou infrastrukturou v České republice a to na zákony a normy, majetkové vymezení a na druhy komunikací pro cyklisty. V další praktické části jsou aplikovány metody práce s dokumenty, rozhovor, SWOT analýza a dotazníkové šetření. Získané informace a výsledky šetření jsou vyhodnoceny. Poslední částí celé práce je závěr.

2. Teoretické vymezení pojmů

Tato kapitola obsahuje základní vymezení teoretických pojmů, marketing a cyklistika se zaměřím na cyklistické komunikace a různé druhy jejího značení. Jsou vypsány zákonné omezení a normy související s cyklistickou infrastrukturou u nás v republice. Důležitou částí je rozdělení podle majetkového vymezení. Dále jsou uvedeny základní možnosti financování cyklistické infrastruktury a celková národní cyklostrategie.

2.1 Marketing

Kotler (1998) říká, že chloubou marketingu je široké spektrum koncepcí a různých technik. Proto je důležité pro začátek definovat pojem marketing.

Z důvodu obsáhlosti pojmu, lze na něj nahlížet z několika úhlů a pohledů.

Podle Kotlera (2001) mezi mnoha definicemi marketingu lze vidět zásadní rozdíly mezi sociálním a manažerským přístupem k marketingu. Sociální definice přímo poukazuje na roli marketingu v soudobé společnosti. V jedné z definic je uvedeno, že marketing má za úkol „poskytovat vyšší životní standard.“ Já však použiji tuto sociální definici:

„Marketing je sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními.“ (Kotler, 2001, str. 24)

Peter Drucker in Kotler (2001), jakožto významný teoretik managementu, tvrdí: „Lze předpokládat, že i v budoucnu bude existovat určitá potřeba prodeje. Cílem marketingu je však učinit prodej nadbytečným. Jeho cílem je poznat zákazníka a jeho potřeby tak dokonale, aby se výrobky pro něj určené prodávaly samy. Ideální marketing musí dosáhnout toho, aby zákazník byl plně připraven koupit si daný výrobek. Pak již stačí, aby byl tento výrobek k dispozici.“

Jedna z dalších definic uvádí:

„Marketing (management) je proces plánování a implementace koncepcí, cen, propagace a distribuce idejí, zboží a služeb pro vytváření směn, které uspokojí cíle jednotlivců a organizací“ (Kotler, 2001, str. 25).

Svobodová (2003) tvrdí, že na marketing je možno nahlížet ze dvou hledisek. Lze ho chápat ve dvou základních rovinách, které popisují jeho dvě od sebe odlišné stránky.

- Koncepční pojetí klade důraz na marketing, jako na podnikatelskou koncepci, základní filozofii, která vymezuje dlouhodobé strategické cíle a priority podniku, z nichž pak vycházejí i způsoby řízení, motivace chování a zásady jednání podniku.
- Funkční pojetí ho vymezuje jako souhrn různých metod a nástrojů, které obnáší práci s informacemi, vytváření marketingových plánů, rozhodování v oblasti výroby, cen, distribuce a propagace. Tyto části by v praxi neměly existovat izolovaně, ale právě naopak v jednom komplexním celku, který dále nazýváme marketingovým řízením podniku.

Charakteristika soudobého marketingu podle Svobodové (2003):

- a) je to nástroj podnikatelské politiky k zvládnutí tržní výroby orientované podle potřeb a požadavků trhu
- b) je nástrojem konkurenčního boje mezi výrobci na nasyceném trhu
- c) v tržní ekonomice může sloužit nejen zájmům (prospěchu) individuálního podnikání, ale může být i nástrojem celospolečenského řízení (např. řízení celonárodní cyklistické infrastruktury)
- d) představuje koncepci relativně samostatných činností skloubených v jednotnou podnikovou politiku
- e) ve všech těchto činnostech využívá poznatků různých vědních oborů: matematiky, statistiky, sociologie, psychologie, informatiky, ekonomiky, obchodu ad.

Svobodová (2003) uvádí, že v přibližném překladu je marketing práce s trhem, činnost na trhu, avšak jeho význam je mnohem širší. Jde o koncepci, která vychází z potřeb a požadavků trhu, a proto se na něj zaměřuje.

2.1.1 Sportovní marketing

Pod pojmem sportovní marketing se často rozumí jen sponzorování sportu a sportovní reklama. Termín Sportovní reklama je však velice nepřesný, neboť pod tímto pojmem si lze představit také upoutávku na sport. Sportovní marketing zahrnuje i další oblasti jako jsou merchandising a licence.[12]

Podle Durdové (2005) se sportovní marketing rozděluje na dvě hlavní tendence:

- marketing sportovních produktů a služeb, které jsou směřovány přímo ke konečnému spotřebiteli
- marketing jako sportovní reklama

Sportovní organizace vyvíjejí v současné době podnikatelské aktivity s cílem získat dodatečné finanční zdroje potřebné k zabezpečení svého chodu, a také ke splnění svých sportovních, ekonomických a sociálních cílů. Obzvláště sportovní organizace, které mají právní formu obchodní společnosti, ale i občanská sdružení, využívají marketingové nástroje ke své komerční činnosti.

„Sportovní marketing umožňuje sportovním organizacím strukturalizovat nabídku sportovního produktu, řídit ji v souladu s požadavky trhu a zvolit k tomuto účelu systém nástrojů, pomocí nichž lze stanovených cílů dosáhnout.” (Durdová, 2003, str. 6)

2.2 Cyklistika a její výhody

Cyklistika je obsáhlý soubor činností související s užíváním jízdního kola. Na cyklistiku, jako takovou nelze nahlížet jen z jednoho pohledu, lze ji chápat nejen jako jeden ze způsobů přepravy, ale také jako způsob turistiky, nebo jako jedna z možností trávení volného času aktivní formou, která má dobrý vliv na psychické i fyzické zdraví daného jedince. V neposlední řadě je také velmi důležitý pozitivní dopad na životní prostředí.

„Člověk, který neumí jezdit na kole, je takovou výjimkou jako člověk, který neumí číst a psát.” Dalo by se to samé říct i o běhání, ale to už není pravda. Běhat nemohou všichni zejména ti, kteří mají nějaké to kilo navíc. Při běhu tělesná váha vytváří nemalý tlak na klouby dolních končetin, zatímco právě jízda na kole tuto zátěž poměrně snižuje. Cyklistika je velice šetrným způsobem hubnutí, lze tento fyzický pohyb vykonávat po delší dobu a intenzitu si sami ovlivňujeme a to volbou terénu, kola a používáním převodů. Dnešním standardem vybavení kola je přehazovačka a přesmykač, který nám umožňuje využití síly nohou s minimálním zatížením bez intenzity až po extrémně velké zatížení. [5]

Jedna z mála sportovních činností, kterou vykonáváme vsedě a zároveň u ní zapojujeme největší svalové skupiny našeho těla, a to svaly dolních končetin. Z důvodů menšího zatížení kloubů, vazů a šlach, než při přirozených pohybech, je kolo doporučováno jako kvalitní možnost rehabilitace po operačních zákrocích např. kolen, kotníků.

Z důvodu zvyšování zájmu veřejnosti o cyklistiku, automaticky roste nabídka a s ní dostupnost cyklistického materiálu. Dostupnost a možnost koupě kola je dnes už úplně jiná, než před několika desítkami let. Kolo je jednorázová a u většiny případů celkem přijatelná investice. Při správném zacházení a údržbě nám kolo může sloužit po velice dlouhou dobu. Nabídka cyklistického sortimentu je v dnešní době tak široká, že si každý i jakkoli náročný uživatel zákonitě vybere, co mu samotnému vyhovuje. Současná nabídka poskytuje výběr mezi několika typy kol např.: MTB (horská kola), trekkingová, silničně-krosová, dále kola uzpůsobená na jízdu po silničních komunikacích. Další faktor ovlivňující nabídku je velké množství značek pohybujících se na současném trhu, a to značky kol jako jsou: Merida, Author, Olpran, Scott a další, tak i výrobci doplňkového sortimentu, nejznámější asi Shimano.[5]

2.3 Historie cyklistiky

Český svaz cyklistiky byl založen v listopadu roku 1883 na pražském Smíchově. Jednou z nejstarších zmínek je dochovaná fotografie cyklistů z roku 1885 vyfocena v Pardubicích. Čeští cyklisté byli velice úspěšní na mezinárodních soutěžích, vybojovali celkem 224 medailí (68-66-90) na mistrovství světa a na evropském mistrovství se umístili na stupni vítězů celkem 199, (42-62-95). V České republice není moc svazů, jejichž bilance úspěchů by svazu cyklistů mohla konkurovat. Tento svaz je jeden z nejstarších sportovních svazů u nás. První medaili z mistrovství světa přivezl Rudolf Vejtruba z disciplíny sprint na dráze. První zlatou na mistrovství světa vybojovala v pražské Lucerně dvojice kolové Sedláček - Daneš. V roce 1948 vznikl Závod míru, který posílil prestiž české cyklistice. O rok později Jan Veselý tento závod vyhrál. O první olympijskou medaili se postaral Fouček v pevném kilometru a v soutěži tandemů pak Machkem s Foučkem. V obou disciplínách vybojovali stříbrnou medaili. V roce 1965 bratři Pospíšilové zahájili neuvěřitelnou vítěznou sérii 20 titulů, titulu mistrů světa. Rozvoj cyklistického sportu dal za vznik mnoha novým disciplínám, které se dostaly tak vysoko, že se staly národními tradicemi, již zmíněný Závod míru nebo Tour de France, Giro di Italia ad.[13]

2.4 Základní rozdělení cyklistiky

V této části práce je cyklistika rozdělena do několika kategorií.

2.4.1 Cyklistika jako přeprava

Cyklistika je velkou součástí dopravního systému. Nepřehlédnutelným cílem je vybudování husté sítě bezpečných stezek v regionech a krajích po celé České republice. Díky vzniku celkového zlepšení dopravní obsluhy na venkově i ve městech a v jejich okolí se občanům dostane více možností volby způsobů dopravy. Mnozí lidé jezdí dennodenně na svých kolech do škol, zaměstnání nebo kamkoliv jinam. Samozřejmě tento způsob dopravy se vyplatí jen na krátké a středně dlouhé vzdálenosti. Z blízkého okolí měst nebo přímo po centru města se lze na kole pohybovat velice efektivně, člověk dělá něco pro své zdraví a zároveň šetří svůj čas.

Příkladem nám mohou být velká města západních států, např.: Amsterdam, kde cyklistická infrastruktura je na velmi vysoké úrovni. Obyvatelé berou pohyb na bicyklech jako naprostou samozřejmost, snižují tak městům dopravní - motorové zatížení. Vedení měst jim za to připravuje kvalitní podmínky ve formách výstavby cyklostezek, vyznačení pruhů na cestách určené výhradně pro cyklisty a možností bezpečného uschování kola ve stojanech, kterých musí být dostatečný počet.

Ve srovnání jsou naše města a vztah veřejnosti k cyklistice o něco pozadu, ale zájem o cyklistiku neustále narůstá. Je důležité vytvořit stezky, křižovatky, přejezdy přes silniční a železniční komunikace, právě pro ty nejzranitelnější účastníky provozu, aby mohli bezpečně a efektivně využívat kolo jako dopravní prostředek. Konkrétně u nás v městských částech Ostravy už lze vidět vyznačené pruhy, stezky i přejezdy dokonce i semaforey určené pouze cyklistům.[6]

2.4.2 Cyklistika ve volném čase

Toto odvětví sportu je vhodné pro lidi v jakémkoli věku, nebo i pro ty, kteří nemají svůj zdravotní stav zcela v pořádku. Tento způsob trávení volného času je označován jako tzv. aktivní relaxace, která nám napomáhá k posílení svalstva převážně dolních končetin a vede k celkovému utužení a zlepšení fyzické kondice.

Ke sportovní cyklistice automaticky patří jistá úroveň vybavení. Vše závisí na množství investovaných peněz. Nicméně nejdůležitější investice by měly být do kvalitního kola, které by mělo být uzpůsobené naším nárokům, a také do kvalitních bezpečnostních pomůcek (přilba, rukavice), v nepodlesní řadě do vhodného oblečení, které nám má zajistit

teplotní komfort. Kvalitní materiály, které odvádějí pot z těla na výše oblečenou vrstvu. Důležitým aspektem je také pohodlí, které nám zajišťuje tzv. sedlo kalhot, což je polstrovaná vložka v oblasti pánve mezi nohami.

Samozřejmě je důležité upřednostnit kvalitu před kvantitou a vše potřebné nakupovat v autorizovaných obchodech, kde je i poradenská služba na vysoké úrovni. Vše záleží na tom, zdali chceme provozovat cyklistiku v terénu za účelem být v přírodě, nebo se zaměřit na vytrvalost na silničních komunikacích. Překážkou zde není ani vzdálenost, ani morfologie terénu, či dokonce strmost stoupání. Mnoho sportovně založených cyklistů takové adrenalinové úseky vyhledávají, provozují tzv. downhill, neboli sjezd. Cyklistika ve vrcholovém sportu má mnoho odvětví - silniční závody, cyklokros, cyklotrial, freestyle, závody do vrchu, rychlostní cyklistika na dráze a další. Všechny tyto druhy mají různé nároky, jak na vybavení, tak na terén ve kterém jsou provozovány.[14]

2.4.3 Turistika

Co je turistika asi všichni víme. Ve zkratce je to individuální nebo skupinová, zájmová činnost spočívající v krátkodobém cestování v přírodě za účelem poznávání krajiny, památek, různých zvyků a lidí. Obvykle se turista vrací na místo svého pobytu. Klasická turistika je pěší a spíše individuální, počátkem 20. století vzniká cykloturistika a o něco později mototuristika. Od druhé poloviny 20. století vzniká turistika skupinová a organizovaná. Tento důvod dal za vznik turistickému průmyslu. Od roku 1888 v ČR mají občané svou turistickou organizaci nesoucí název Klub českých turistů, která má na starosti udržovat síť turistických stezek značených pomocí turistických značek.[15]

2.4.4. Cykloturistika

Cykloturistika je odvětví turistiky spojené s užíváním jízdního kola. Její výhodou proti pěší turistice je možnost urazit několika násobně větší vzdálenost za stejných nároků na čas. Cestování na kole pozitivně ovlivňuje zdravotní stav člověka, zlepšuje duševní zdraví, a také má příznivý dopad na vztah člověka k přírodě. Při šetrné jízdě po vyznačených stezkách a dodržování zásad pohybu v přírodě nenarušuje cyklista žádným způsobem životní prostředí. Cyklotrasy spojují zajímavá místa od kulturních památek až po přírodní úkazy. Důležitý předpoklad pro provozování cykloturistiky je zvládnutí techniky jízdy na kole, dodržování dopravních předpisů a schopnost opravy základních poruch na kole.[5]

Známým extrémním příkladem české cykloturistiky je Vítězslav Dostál narozen dne 21. listopadu 1959 v Bílovci. Vítězslav je všestranný sportovec, vysokohorský turista a hlavně cyklista. Je první Čech, který na jízdním kole objel celou zeměkouli. Během tří let a tří dnů ujel vzdálenost ve výši 59 460 km. Jel postupně na dvou kolech české výroby značky Velamos. Ještě před cestou kolem světa podnikl přejezdy několika světadílů.[16]

2.5 Cyklistika ve vztahu k okolním sektorům

V této kapitole je popsán vztah cyklistiky s životním prostředím a cestovním ruchem.

2.5.1 Cyklistika ve vztahu k životnímu prostředí a zdraví

Cyklistická doprava je nezanedbatelnou částí dopravního systému, avšak ve srovnání s ostatními druhy dopravy je bezemisní, nezpůsobuje hluk, nespotřebovává neobnovitelné zdroje paliv, tudíž je ekologická. Nevytváří negativní externality na okolí, přírodu, majetek a zdraví osob, jako jiné dopravní způsoby, nejvíce však jako motorová vozidla. Každý jedinec, který nahradí své vozidlo jízdním kolem, uspokojí tak dopravní potřebu s ohledem na životní prostředí.

Je proto důležité, aby obyvatelé ČR měli možnost svobodného rozhodnutí, zdali budou cyklistickou dopravu provozovat. Zkvalitnění a výstavba bezpečných, oddělených cyklostezek automaticky zvýší zájem k jejich užívání. Cyklodoprava by se měla stát automatickou součástí zdravého životního stylu šetrného k životnímu prostředí.

Míra přínosu bude dána mírou naplnění těchto 3 cílů:

- Podpora a regulace cyklistiky na území vyžadující zvláštní ochranu.
- Zajištění ekologické výchovy a vedení ke vztahu k přírodě a zároveň ke zdravému životnímu stylu.
- Rozvoj cyklistiky v osídlených oblastech.

Podpora a regulace cyklistiky na území vyžadující zvláštní ochranu.

Cílem je rozšíření cyklistiky na celé území republiky, což zapříčiní snížení tlaku cyklistů na chráněné oblasti na úkor méně atraktivních, ale přesto hezkých míst v přírodě. Výstavba cyklistické infrastruktury a pořádání cyklistických akcí se musí provádět v souladu s předpisy a normami, které vydávají příslušné orgány na ochranu přírody a životního prostředí. U nás jde o Ministerstvo životního prostředí, Agentura ochrany přírody a krajiny ČR.

Zajištění ekologické výchovy a vedení ke vztahu k přírodě a zároveň ke zdravému životnímu stylu.

S ohledem na environmentální dopady dopravy zejména v obcích je nezbytné rozvinout vzdělávací program ekologické výchovy a podpory cyklodopravy ve společnosti. Efektivní naplnění tohoto cíle bude mít za následek zlepšení životního prostředí a zároveň snížení výskytu populačních chorob. Aktuálně převládá životní styl s nedostatkem pohybových aktivit, podpora cyklistiky s sebou nese individuální i celospolečenský přínos.

Rozvoj cyklistiky v osídlených oblastech.

„Cílem územního plánování v krajích, obcích i městech a dopravního plánování musí být systematická podpora dopravy přátelské k životnímu prostředí, tedy cyklodopravy a pěší. Zásadní součástí je budování cyklistických komunikací, které přispějí k celkové bezpečnosti občanů. Při jakýchkoliv stavebních záměrech a projektech je potřebné hledat možnost realizace cyklostezek a doprovodné infrastruktury.” [6]

2.5.2 Cyklistika a cestovní ruch

V České republice existuje poměrně hustá síť cyklistických tras (nadregionálních, regionálních i místních), cyklotrasy však dosud nejsou dostatečně vzájemně propojeny. Problémem je také technický stav povrchu komunikací a nedostatek cyklostezek oddělených od automobilové dopravy. Slabě je rozvinuta infrastruktura pro sportovní využití jízdního kole např.: bikeparky, singltrekové stezky a downhillové tratě.[8]

S dalším rozvojem cykloturistiky u nás v České republice a efektivnějšího využívání potenciálu jejího vývoje je důležité přijmout opatření ke zvýšení kvality doplňkových služeb a vyrovnání rozdílného standardu se sousedními státy v rámci EU. Jedním z kroků správným směrem je zavedení certifikace, jako národního standardu kvality služeb cestovního ruchu pro cyklisty a cykloturisty.

Certifikaci s názvem Cyklisté vítáni¹, spustila Nadace Partnerství v roce 2006. Tým deseti akreditovaných hodnotitelů navštěvuje v průběhu sezóny více než tisícovku ubytovacích a stravovacích zařízení, různých kempů a jim podobných. Certifikace byla do roku 2008 podporována ze strukturálních fondů Evropské unie v rámci Společného regionálního operačního programu. S tímto programem roste zájem nejen u domácích, ale i u zahraničních cykloturistů, kteří čím dál více využívají nadregionální cyklotrasy např.: Greenways, která spojuje Prahu s Vídní. Konkurenceschopnost české cyklistické infrastruktury, vůči sousedním státům jako Rakousko a Německo je nedostatečná. Pozadu zůstává informační systém o cyklistických destinacích a úroveň kvality doplňkových služeb. Certifikovaná ubytovací a stravovací zařízení poskytující služby cyklistům jsou v terénu označena usmívajícím se zeleným kolem na bílém pozadí (viz obr. 2.1)[17]

Obr. 2.1 Logo certifikace Cyklisté vítáni (zdroj: [17])



¹ Aktuální seznam certifikovaných objektů s mapovou aplikací s cyklotrasami můžete najít na internetových stránkách www.cyklistevitani.cz.

2.6 Zákony a normy související s cyklistickou infrastrukturou

V této části se zaměřím na výpis zákonů, norem a předpisů, které mají souvislost s výstavbou a užíváním cyklostezek.

- zákon č. 13/1997 Sb. o pozemních komunikacích, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 361/2000 Sb. o silničním provozu, ve znění pozdějších předpisů
- vyhláška č. 30/2001 Sb., kterou se provádí zákon o silničním provozu
- TP 179 Navrhování komunikací pro cyklisty (účinnost od 1. 5. 2006).
- Výňatky ze zákona č. 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny, které se vztahují k terénní cyklistice
- ČSN 73 6110 Navrhování místních komunikací (znění k 1. 2. 2006).
- ČSN 73 6100 Názvosloví silnic a dálnic definuje důležité pojmy účelová komunikace, cesta, stezka a pěšina.
- ČSN 73 6102 Projektování křižovatek na silničních komunikacích.
- Části ČSN 73 6108 Lesní dopravní síť, které se vztahují k cyklistickému užívání lesa.[18]

2.7 Terminologie komunikací určených pro cyklisty

Komunikace pro cyklisty je pozemní komunikace, nebo její část, na které není zakázán provoz cyklistům. (TP 179)

Tento pojem tudíž zahrnuje všechny veřejně přístupné pozemní komunikace mimo:

- dálnic, rychlostních silnic a rychlostních místních komunikací (IP 14a, IP 15a)
- chodníků, stezek pro chodce a pěších zón (pokud do nich není vjezd cyklistům povolen)
- komunikací, na které je vjezd cyklistů dopravní značkou zakázán (např. B 1, B 8)
- úseků, kde je cyklistovi dopravní značkou přikázáno použít jinou komunikaci (C 8a, C 9a, C 10a)[19]

Rozdělení komunikací pro cyklisty podle různých (na sobě nezávislých) kritérií:

a) podle správního zařazení:

- silniční komunikace I. - III. třídy
- místní silnice I. - IV. třídy (či jejich částí)
- veřejně přístupné účelové komunikace

b) podle orientačního značení

- cyklotrasy (označené směrovkami IS 19 - IS 21)
- neznačené komunikace (všechny ostatní komunikace určené i pro cyklisty)

c) podle prostorového vedení cyklistů

V obci:

- v hlavním dopravním prostoru (místní komunikace I. - III. třídy)
- v přidruženém prostoru (součást místní komunikace MK I. - III. třídy)
- samostatné stezky (místní komunikace IV. třídy)

Mimo obec:

- na silnici (součást silnice I. - III. třídy)
- mimo silnici (účelová komunikace)

d) podle míry oddělení provozu

- oddělený provoz cyklistů
- společný provoz s ostatními vozidly
- společný provoz s chodci

Možnosti vedení cyklistické dopravy v zastavěném území podle kritérií c) a d) uvádí přehledně následující tabulka (viz tab. 2.1)

Tab. 2.1 Možnosti vedení cyklistické dopravy (zdroj: [19])

	společný provoz	oddělený provoz
v hlavním dopravním prostoru	- v jízdním pruhu pro motorová vozidla místních komunikací funkčních skupin B a C a účelových komunikací - v autobusovém nebo trolejbusovém pruhu - v obytných a pěších zónách	samostatný jízdní pruh pro cyklisty v hlavním dopravním prostoru komunikací funkční skupiny B a C
v přidruženém prostoru	společný pruh/pás pro chodce a cyklisty	jízdní pruh/pás pro cyklisty
samostatné stezky	stezka pro chodce a cyklisty	stezka pro cyklisty

2.7.1 Cyklistická trasa

Cyklistická trasa, dále jen cyklotrasa je komunikace pro cyklisty upravena dopravním značením, popř. i stavebně pro provoz cyklistů v označeném směru (TP 179). Jednoduše řečeno cyklotrasa je trasa určená pro cyklisty, která je označená orientačním dopravním značením.

Z hlediska zákona o pozemních komunikacích cyklotrasa není druh komunikace - jde pouze o souvislé označení určité komunikace orientačním značením pro cyklisty (IS 19 - IS 21). Takto označená komunikace pochopitelně musí být pro provoz cyklistů vhodná, což si může vyžádat další dopravně - organizační, popř. i stavební úpravy. Cyklotrasy jsou v systému Klubu českých turistů dle číselného označení rozděleny do čtyř následujících tříd.

- I. třída (mezinárodní) – trasy, které spojují velká města Evropy.
- II. třída (dálkové) – trasy národního významu.
- III. třída (regionální) – propojují jednotlivé regionální cíle.
- IV. třída (místní) – lokální propojení (viz obr. 2.2).[19]

Obr. 2.2 Mapa mezinárodních, dálkových a regionálních cyklotras ČR (zdroj: [33])



2.7.2 Cyklotrasy EuroVelo

EuroVelo je mezinárodní označení evropské sítě cyklotras. První zrod této sítě je spojen s lety 1995 -1997, kdy Evropská cyklistická federace začala pracovat na tomto projektu. Tento projekt se zaměřuje na 12 cyklotras spojujících všechny země Evropy, z nichž velkou část tvoří místní a regionální cyklotrasy jednotlivých států. Výpis všech cyklotras sítě EuroVelo viz příloha č. 2.

Evropská komise cestovního ruchu označila EuroVelo za „první význačný zdroj rozvoje nového evropského cestovního ruchu pro další desetiletí, schopný vytvořit zcela nové tržní odvětví, ale i zvýšit počet pracovních míst ve venkovských oblastech.“ [20]

Celkově je v síti cyklotras EuroVelo zahrnuto již více než 63 tisíc kilometrů tras. Českou republikou prochází 3 mezinárodní trasy EuroVelo²:

- EuroVelo č. 4 – prochází územím Francie, Belgie, Německa, ČR (Cheb, Plzeň, Praha, Brno, Olomouc, Ostrava), Polska a Ukrajiny.
- EuroVelo č. 7 – prochází územím Norska, Finska, Švédska, Německa, ČR (Děčín, Praha, Tábor, České Budějovice), Rakouska a Ukrajiny.
- EuroVelo č. 9 – prochází územím Polska, ČR (Jeseník, Olomouc, Břeclav, Brno), Rakouska, Slovinska a Chorvatska.[20]

Mapa celkové sítě cyklotras EuroVelo (viz obr. 2.3).

² Více informací poskytuje internetový portál: www.eurovelo.org

Obr. 2.3 Mapa sítě EuroVelo (zdroj: [20])



2.7.3 Cyklostezky

Pojem cyklostezka není jednoduše definovatelný, protože se zde rozchází terminologie zákona 361/2000 Sb. o silničním provozu, použitá také v TP 179 a terminologie ČSN 73 6110 (vycházející ze zákona 13/1997 Sb. o pozemních komunikacích).

Vzájemně srovnané údaje jsou uvedeny v následující tabulce (viz tab. 2.2)

Tab. 2.2 Srovnání terminologie zákona 361/2000 Sb. a 13/1997 Sb. (zdroj: [19])

zákon 361/2000 Sb. a TP 179		zákon 13/1997 Sb. a ČSN 73 611	
DZ	název	přidružený dopravní prostor	samostatná stezka
C 8a	stezka pro cyklisty	jízdní pruh/pás pro cyklisty v přidruženém prostoru	stezka pro cyklisty
C 10a	stezka pro chodce a cyklisty (oddělený provoz)	jízdní pruh/pás pro cyklisty vedle pruhu/pásu pro chodce	stezka s odděleným provozem chodců a cyklistů
C 9a	stezka pro chodce a cyklisty (společný provoz)	společný pruh/pás pro chodce a cyklisty	stezka pro chodce a cyklisty

2.7.4 Cykloturistické trasy

Z výše uvedené definice, co je cykloturistika, je jasné, že tato trasa do sebe fyzicky zahrnuje všechny komunikace, které cyklisti mohou bez omezení využívat. Dále bývají vedeny převážně po horších polních a lesních úsecích v terénu.

2.7.5 Pruh pro cyklisty

Jízdní pruh pro cyklisty (někdy též pruh pro cyklisty) je část pozemní komunikace určená pro jeden jízdní proud cyklistů jedoucích za sebou. (ČSN 73 6110, TP 179) Pod takto definovaným pruhem pro cyklisty rozumí norma skladebný prvek příčného profilu komunikace, určený pro jeden proud cyklistů jedoucích za sebou. S pojmem „jízdní pruh pro cyklisty“ se můžeme setkat jak v hlavním dopravním prostoru, tak i v přidruženém prostoru a na samostatných stezkách. Ale v každém z uvedených případů se jedná o oddělený provoz cyklistů.

2.8 Majetkové vymezení

Ze zákona č. 13/1997 Sb. o pozemních komunikacích jsou ve vlastnictví státu dálnice a silnice I. tříd, vlastníkem silnic II. a III. třídy je příslušný kraj. Vlastníkem místních komunikací je obec, na jejímž území se místní komunikace nachází. Vlastníkem účelových komunikací je právnická nebo fyzická osoba.[21]

Cyklotrasa i cyklostezka slouží pro pohyb cyklistům, ale z hlediska správy je mezi nimi zásadní rozdíl. Majetkové vymezení vychází z výše uvedených zákonů a norem souvisejících s cyklistickou infrastrukturou.

a) Cyklotrasy:

Cyklotrasu fyzicky vytváří pouze orientační značení (cyklistické směrovky IS 19 - IS 21). Směrové ukazatelé pro cyklisty jsou dle vyhlášky 30/2001 Sb. dopravními značkami a tedy i součástí příslušné komunikace (§ 12 odst (1) písm. d) zákona 13/1997 Sb.). Dle zákona by se o značení cyklotras měl starat vlastník konkrétní komunikace. Problém způsobuje to, že jedna cyklotrasa může vést po více pozemních komunikacích různých kategorií a vlastníků. Řada různých správců na jedné cyklotrase jen těžko může zaručit jednotný a souvislý systém značení. Z toho důvodu je žádoucí, aby značení celoměstské sítě cyklotras spravoval pouze jeden správce, ačkoli nespravuje všechny komunikace, po kterých jsou tyto cyklotrasy vedeny.[19]

Garantem cyklistického značení se stal v ČR Klub českých turistů, který dostává příspěvky na cykloznačení od MMR ČR a od jednotlivých krajů.[9]

b) Cyklostezky:

Zařazení cyklostezek upravuje §12 odst. (7) zákona 13/1997 Sb.:

- Pokud se jedná o pruh pro cyklisty umístěný v přidruženém prostoru místní komunikace (resp. silnice) je brán jako součást této komunikace.
- Samostatné stezky jsou místní komunikace IV. třídy, nebo účelové komunikace nepřístupné provozu motorových vozidel.

Toto platí shodně pro stezky pro cyklisty a stezky pro chodce a cyklisty, ať už se jedná o společný nebo oddělený provoz. V praxi se často setkáváme s problémem, že samostatné stezky, ale i ostatní místní komunikace nejsou majetkoprávně vypořádány.[19]

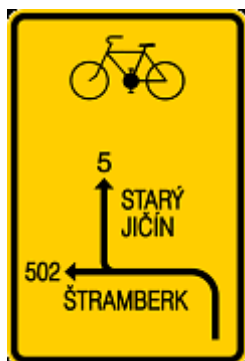
2.9 Cyklistické značení

Všechny druhy ukazatelů pro cyklisty mají společnou žlutou barvu podkladu. Značení rozdělujeme do dvou skupin, jedna označuje cyklotrasy a druhá cykloturistické trasy.

2.9.1 Cyklotrasy

Značení cyklotras je dost podobné silničnímu značení pro motorová vozidla. V praxi se používají tři základní cykloznačky: Návěst před křižovatkou, Směrová tabule a Směrová tabulka. Na všech lze vidět symbol kola, číslo dané trasy a na směrových tabulích jsou navíc k dispozici kilometrové vzdálenosti k dalším cílům na trase. Umístění je stejné, jako u dopravního značení před každou křižovatkou nebo odbočkou na cyklotrase. (viz obr. 2.4)

Obr. 2.4 Značení cyklotrasy (zdroj: [22])



IS 20

Návěst před křižovatkou



IS 19a

Směrové tabule (s jedním cílem)



IS 19c



IS 19d



IS 19b

Směrové tabule (s dvěma cíly)



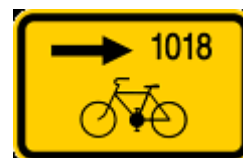
IS 21b

Směrová tabulka (vlevo)



IS 21a

Směrová tabulka (přímě)



IS 21c

Směrová tabulka (vpravo)

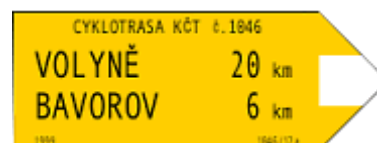
2.9.2 Cykloturistické trasy

Jsou označeny pásovými značkami o rozměrech 14 cm x 14 cm, které mají horní a spodní pás žlutý a prostřední je červený, modrý, zelený nebo bílý. Jedná se tedy o podobné značení jako u tras určených pro pěší nebo lyžařskou turistiku, jen základní barva je žlutá, ne bílá. Značky jsou přibližně jednou tak velké, aby byly pro cyklisty při pohledu z kola lépe viditelné. Směrové značení má opět žlutý podklad, jen dva řádky textu a v záhlaví napsáno "Cyklotrasa KČT (číslo dané cyklotrasy)". (viz obr. 2.5) [22]

Obr. 2.5 Značení cykloturistické trasy (zdroj [22])



Cykloturistická značka a šipka



Cykloturistická směrovka

2.9.3 Značení cyklostezek

Způsoby značení cyklistických tras a stezek dle vyhlášky MDS č. 30/2001 Sb.

(viz obr. 2.6) [23]

Obr. 2.6 Značení cyklostezek (zdroj: [23])

„Stežka pro cyklisty“ - dz č. C 8a



Konec dané značky č. C 8b



**„Stežka pro chodce a cyklisty“ - dopravní značka č. C 9a
(příkazová značka, cyklisté i chodci mají společný pruh)**



Konec dané značky č. C 9b



**„Stežka pro chodce a cyklisty“ - dz č. C 10a
(příkazová značka, cyklisté a chodci mají oddělené pruhy)**



Konec dané značky č. C 10b



"Cyklisto sesedni z kola" - dopravní značka C 14a



Konec dané značky č. C 14b



2.10 Národní strategie v rozvoji cyklistiky ČR

Ze dne 7. července 2004 bylo přijato usnesení vlády č. 678 Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky (dále jen „Cyklostrategie“). Posléze tato informace byla potvrzena vládním usnesením ČR ze dne 3. ledna 2007 č. 15 k informaci o realizaci plnění úkolů a opatření v Národní strategii rozvoje cyklistické dopravy České republiky. Bod II. uložila ministrům dopravy, místního rozvoje a životního prostředí předložit vládě do 31. prosince 2008 informaci o realizaci plnění úkolů a opatření uvedených v Cyklostrategii.

Cyklistika je obecně vnímána jako integrální součást dopravy, která se z hlediska kompetencí dělí do oblasti dopravní obsluhy území (resort dopravy) a do oblasti cykloturistiky (resort místního rozvoje). Během posledních několika málo let přestává být cyklistika individuální záležitostí a plynule přechází do městského i regionálního plánování. Koexistuje s dalšími druhy dopravy a přirozenou cestou vznikají nároky na dopravní prostor a odpovídající vybavení.

V letech 2007 – 2008 byla pak Cyklostrategie koordinována především Ministerstvem dopravy ČR, které zadalo implementaci strategie Centru dopravního výzkumu, v.v.i a dále pak prostřednictvím koordinace tří výzkumných úkolů spojených s cyklistikou. Ostatní opatření jsou plněná příslušnými ministerstvy. Zejména se pak jedná o Ministerstvo pro místní rozvoj a její příspěvkovou organizaci Agentury CzechTourism a Ministerstvo životního prostředí.

Součástí realizace daného cíle jsou také programy BESIP, které zahrnují i prvky na zvyšování bezpečnosti cyklistů:

- **Bezpečná obec.** Tato část projektu zahrnuje komplexní oblast bezpečnosti silničního provozu v obcích, počínaje dopravní výchovou, dopravním zklidňováním, až po poskytnutí informací o možnostech financování úprav infrastruktury pro zvýšení bezpečnosti silničního provozu.
- **Bezpečná cesta do školy.** Jedná se o program, který je zaměřen na dopravní výchovu dětí ve školním věku. Zejména na zjištění a odstranění nedostatků na cestách dětí do škol a školních zařízení za spolupráce škol, policie i místní samosprávy. Byl rovněž zpracován metodický materiál, který má být nápomocen při výuce na základních školách.
- **Na kole jen s přilbou.** Při nehodě cyklistická přilba v 88% případů zabraňuje vážnému poškození mozku. „Široká komunální kampaň“ je organizována programem BESIP ve spolupráci s jednotlivými městy. V rámci kampaně je pořádání akcí pro širokou veřejnou ve spolupráci s policií ČR. Dlouhodobě je zvyšována mediální pozornost na problematiku ochrany cyklistů při jízdě v městském prostředí.

- **Viditelnost.** „Vidět a být viděn“ – je základní pravidlo bezpečnosti na pozemních komunikacích. Řidiči, kteří srazili chodce či cyklistu, se shodují na tom, že ho neviděli vůbec nebo příliš pozdě. Právě na tuto problematiku jsou zaměřeny kampaně BESIPu „Viditelnost“.

2.10.1 Cyklostrategie s cílem zvýšit bezpečnost cyklistů

Monitorování dopravních nehod, kterých se účastní cyklisté, probíhá standardně za využití centrální evidence dopravních nehod. Od roku 2002 je zaznamenáván meziroční pokles počtu usmrcených cyklistů o více než 20%. V roce 2004 byl nejnižší za posledních sedm let. V roce 2005 se snížil ještě o dalších 6 osob a v roce 2006 o dalších 10 cyklistů. V roce 2007 však opět nastal dramatický nárůst počet nehod s následkem smrti. Pečlivější analýza však ukazuje, že se to týká především intravilánu měst, nikoliv extravilánu, kde nehod stále ubývá. Na základě těchto údajů se zvyšují bezpečnostní opatření pro pohyb cyklistů v městských dopravních strukturách.[24]

2.10.2 Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s CzechTourism

Spolupracují na rozvoji jednotlivých regionů v mnoha oblastech, především však v závislosti na cestovním ruchu. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj. Byla zřízena v roce 1993 za účelem propagace ČR, jako atraktivní turistické destinace na zahraničním trhu. Od roku 2003 působí také na trhu domácím. Významní partneři propagace jsou domácí turistické regiony, města i obce, ale také podnikatelské subjekty. Za účelem komplexní podpory cykloturistiky byl u nás vytvořen celonárodní projekt Česko jede. Na tomto projektu spolupracuje Ministerstvo dopravy, Ministerstvo pro místní rozvoj a Centrum dopravního výzkumu. Cílem bylo propojit CzechTourism s jednotlivými kraji a regiony. Vytváření prezentačního materiálu jednotlivých krajů, zakládání informačních center. Poskytování komplexního souboru služeb.

Složky služeb:

- Ubytovací služby (cyklisté vítání).
- Dopravní služby (propojení s ostatními druhy dopravy).
- Cykloslužby (cykloservis, půjčovny, prodejny kol a cyklistického vybavení).

- Průvodcovské služby (informační literatura, propagační materiál).
- Atrakce, sezonní nabídky, organizování akcí (soutěže, závody, MTB maratony).
- Redakční systém (textové a záznamové dokumentace).[25]

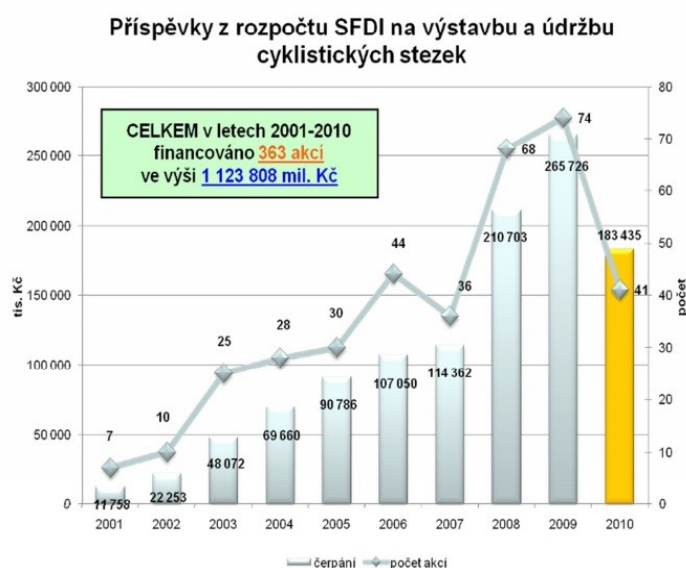
2.11 Financování cyklistické infrastruktury

V této kapitole je uveden základní výčet možností financování cyklistické infrastruktury.

2.11.1 Ze státního fondu dopravní infrastruktury

Prvním nezbytným krokem pro podporu cyklistické dopravy byla projekční připravenost jednotlivých měst a obcí. Jedná se hlavně o studie, dokumentace pro územní plánování, či vydání rozhodnutí o stavebním povolení. Proto Ministerstvo dopravy prostřednictvím CDV uskutečnilo několik seminářů s cílem informovat a připravit obce. Připravené obce pak mohou zažádat o finanční prostředky na výstavbu cyklistických stezek ze Státního fondu dopravní infrastruktury (SFDI), který poprvé přispěl na výstavbu cyklostezek v roce 2001. V letech 2001 - 2010 bylo financováno 363 akcí ve výši 1 123 808 mil. Kč.³[24](viz obr. 2.7)

Obr 2.7 Graf velikosti příspěvku SFDI na cyklostezky (zdroj: [26])



³Výbor SFDI usnesením č. 834 ze dne 2.6.2011 schválil příspěvek na rok 2011 ve výši 172 448,00 tis. Kč.

2.11.2 Z fondů Evropské unie

Finanční prostředky z EU se využívají k regionálnímu rozvoji území, k vylepšení kvality dopravní infrastruktury, k rozvoji cestovního ruchu a na ochranu životního prostředí. Proto byly zřízeny Regionální operační programy.

Regionální operační programy dále jen ROP. V rámci cíle Konvergence je pro období 2007 - 2013 připraveno celkem 7 regionálních operačních programů (ROP) určených pro celou Českou republiku s výjimkou Hlavního města Prahy. Regionální operační programy pokrývají regiony soudržnosti (NUTS II) s cílem zvýšení jejich konkurenceschopnosti, urychlení jejich rozvoje a zvýšení atraktivity regionů pro investory a návštěvníky. Každý ROP je řízen samostatně Regionální radou (RR) příslušného regionu soudržnosti. Na regionální operační programy cíle Konvergence je z fondů Evropské unie vyčleněno 4,6 mld. €.

Finanční podpora cyklistické infrastruktury z ROP.

- **Dopravní dostupnost a obslužnost.** Z ROP je financována výstavba, rekonstrukce a modernizace silnic II. a III. třídy a místních komunikací včetně odstraňování bodových závad na nich, výstavba stezek pro bezmotorovou dopravu.
- **Rozvoj cestovního ruchu.** Zahrnuje široké spektrum možností financování. Úzce s cyklistikou souvisí rekonstrukce a výstavba turistických stezek a jejich značení. Rekonstrukce kulturních či technických památek. Podpora marketingové kampaně s nad regionálním dopadem, informační a komunikační technologie v oblasti řízení a propagace cestovního ruchu apod.[27]

2.11.3 ROP NUTS II Moravskoslezsko

Regionální operační programy NUTS II Moravskoslezsko je určen pro region soudržnosti Moravskoslezska, který je totožný s Moravskoslezským krajem. Zaměřuje se na zlepšení dopravní dostupnosti a propojení regionu vč. modernizace prostředků veřejné dopravy, podpory rozvoje cestovního ruchu a zlepšování životních podmínek v obcích a na venkově, především prostřednictvím zkvalitnění vzdělávací, sociální a zdravotnické infrastruktury. Regionální operační program NUTS II Moravskoslezsko spadá mezi regionální operační programy v cíli Konvergence a je pro něj vyčleněno 716,09 mil. €, což činí přibližně 2,68 % veškerých prostředků určených z fondů EU pro Českou republiku. Z českých

veřejných zdrojů má být navíc financování programu navýšeno o 126,37 mil. €. ROP Moravskoslezsko byl schválen Evropskou komisí dne 3. prosince 2007.[28]

2.12 Metody a techniky sociologického výzkum

Metoda je tvořena systémem pravidel a principů, které určují kategorie možných systémů operací vedoucích od určitých výchozích podmínek k dosažení stanoveného cíle. Některé metody se používají víceúčelově, pro více vědních oborů, jiné pouze pro jeden z nich. Pro každou metodu se používají různé sociologické techniky. Tyto techniky jsou při uplatňování sociologických metod pracovními nástroji, pomocí nichž je shromažďován materiál a jsou zjišťována potřebná data pro interpretaci.

Interpretací dat získaných výzkumem rozumíme zpracování materiálu nejčastěji s použitím výpočetní techniky. Získáme velké množství tabulek, grafů a jiných údajů – úkolem sociologie je získána data vysvětlit.

Metody sociologického výzkumu podle Durdové (2004):

- metoda terénního výzkumu – získávání informací sběrem v terénu, terénem míníme skupinu, pospolitost, respondenty
- metoda statistická – využívá matematické statistiky při zpracování dat
- metoda experimentální – experiment probíhá v terénu, v laboratoři, na vybraném specializovaném pracovišti, provedení vyžaduje značné zkušenosti
- metoda sociometrická – sociálně psychologická metoda, při které se měří sociální vztahy a vazby v malé sociální skupině
- metoda typologická (srovnávací) – porovnávání určitých typů jevů podle znaků a srovnání těchto typů mezi sebou
- metoda introspektivní – opírá se o „vnitřní“ poznatky výzkumníka
- metoda monografická – spočívá ve výzkumu jevu na jednom nebo pouze několika případech, tento jev je zkoumán velmi podrobně a všestranně – potom zobecnění

Techniky sociologického výzkumu:

V této části jsou uvedeny nejčastěji používané techniky.

2.12.1 Dotazník

Jednou z nejvíce rozšířených technik sociologického výzkumu je dotazník. Používá se tam, kde je třeba získané informace podrobit kvantitativní analýze. Dotazník je tedy často spojován s matematicko-statistickými metodami.

Durdová (2004) uvádí výhody dotazníku:

- Relativně málo nákladný.
- Postihne velký počet respondentů.
- Vyžaduje poměrně málo času jak v provádění – vyplňování, tak při zpracování výsledků.
- Není náročný na počet výzkumných pracovníků.
- Dává možnost respondentům rozmyslet si odpověď.
- Udržuje standardnost situace, za které šetření probíhá.

Durdová(2004) tvrdí, že mezi nevýhody dotazníku patří:

- Je neosobní.
- Existuje možnost nepochopení otázky.
- Neúmyslné vynechání odpovědi na některou z otázek.
- Úmyslné zkreslení odpovědí (z jakýchkoliv důvodů).
- Nezájem, nechut' účastnit se výzkumu.
- Omezenost ve výběru odpovědí, zvláště u uzavřených otázek – limitováno výčtem odpovědí dle nabídky.

Všeobecné zásady konstrukce dotazníku podle Durdová(2004):

- Jasné vytýčení problému – získat konkrétní údaje o konkrétních věcech, přeměnit výchozí hypotézy na konkrétní otázky.
- Potřeba dobré znalosti prostředí sledovaného jevu.
- Správnost a účelnost otázek – každá otázka musí vyplynout z určité hypotézy a musí sloužit ke splnění cílů výzkumu.

Durdová(2004) charakterizuje tři hlavní typy otázek:

1. Otevřené (volné otázky):

Dotazovaný má možnost odpovídat svými slovy, vyjadřuje se volně k problematice.

Nevýhodou otevřených otázek jsou právě volné odpovědi a následná náročnost při zpracování, neboť se musí provést kategorizace odpovědí.

2. Uzavřené otázky:

Otázky, které dávají dotazovanému určitý výčet odpovědí, ze kterých si musí vybrat.

3. Polootevřené otázky:

Otázky, kde vedle výčtu alternativ je ještě jedna možnost – „jiná odpověď“, kterou respondent může využít v případě, že mu nevyhovuje žádná z nabízených možností.

Nejčastější typy uzavřených otázek[11]:

- Dichotomické – dávají možnost pouze dvou vzájemně se vylučujících odpovědí (např.: ano-ne).
- Polytomické (mnohonásobné) – výběrové otázky – možnost výběru jedné z uváděných možností.
- Polytomické, výčtové otázky – respondent má vybrat více než jednu z uváděných možností.
- Polytomické, stupnicové otázky – respondent vybírá několik odpovědí a seřazuje je do pořadí.
- Filtrační otázky – otázky: „odpověděl-li jste na předcházející otázku kladně, pak ...“.
- Kontrolní otázky – ověřuje se jimi věrohodnost odpovědí dotazovaného.

2.12.2 Rozhovor (interview)

Jedná se o bezprostřední rozhovor výzkumníka se zkoumanou cílovou osobou nebo skupinou.

Typy rozhovorů uvedené v Durdová(2004)

1. Standardizovaný, formalizovaný, kategorizovaný rozhovor – má přísný řád, postupuje se přesně podle připraveného formuláře, čímž se blíží dotazníku – výzkumník čte respondentovi otázky a ten na ně odpovídá.
2. Nestandardizovaný, volný rozhovor – i ten je samozřejmě dobře připraven předem, ale tento rozhovor se značně přibližuje běžnému rozhovoru, vede k bezprostřednímu projevu respondenta.
3. Polostandardizovaný – nese prvky volného i standardizovaného rozhovoru.
4. Rozhovor zjevný – výzkumník zcela otevřeně bez utajování sdělí respondentovi cíl své návštěvy, vyžádá si jeho souhlas a zcela otevřeně klade otázky a zaznamenává odpovědi.
5. Rozhovor individuální – rozhovor výzkumníka s jednou osobou. Dělí se na rozhovor měkký – navození stavu důvěry, pohody, volnosti otázek i odpovědí, dotazovaný se může takzvaně vypovídat.

Tvrdý – dotazovatel se chová autoritativně, přísně vyžaduje přesné odpovědi na přesně stanovené otázky.

Neutrální rozhovor – je užíván nejčastěji, vychází se z předpokladu, že respondent má zájem vyslovit svůj názor, účastnit se výzkumu, dotazovatel zabezpečuje dosažení cíle rozhovoru.

6. Rozhovor skupinový – hromadný rozhovor prováděný současně s několika osobami. Dává se přednost 6 - 10 členným skupinám a při výzkumu se musí počítat s veřejným míněním tzv. názorových vůdců.

Durdová(2004) uvádí tyto zdroje chyb při rozhovoru

- Přílišné sebevědomí tazatele.
- Sugestivní kladení otázek.
- Vliv věku tazatele, pohlaví, dialektu.
- Velký sociální rozdíl (postavení) mezi tazatelem a dotazovaným.
- Přítomnost dalších osob, které narušují průběh rozhovoru.
- Pokládání příliš „chytrých“ nebo naopak naivních otázek.
- Ovlivňování dotazovaného vyjadřováním vlastních názorů.
- Přílišná délka rozhovoru atp.

Problematika záznamu nestandardizovaného rozhovoru:

Absolutní přesnost zaručí pouze zvukový záznam či videozáznam. Mikrofon, kamera mohou značně znepříjemnit atmosféru celého rozhovoru. Při použití skrytého mikrofону vznikají zase problémy právní a mravní (etické). Výzkumník sám musí zvážit, zda výše popsané problémy nejsou negativy vlastního výzkumu. Často se lze bez těchto technických pomůcek obejít, situaci lze vyřešit dobře připraveným záznamovým archem.

2.12.3 Práce s dokumenty

Dokument je charakterizován následujícími čtyřmi kritérii:

1. Úřední záznamy, výkazy, soudní akta, všechny dokumenty, které vznikly s cílem shromáždit informace
2. Osobní dokumenty – deníky, dopisy, paměti, kroniky, autobiografie.
3. Dokumenty statistického charakteru (výsledky statistik).
4. Jiná hmotně fixovaná sdělení – novinové a časopisecké články, filmy, atp.

Při práci s dokumenty musíme brát v úvahu to, že informace byly sebrány v terénu a už určitým způsobem zpracovány. Většinou byly zpracovány ze zcela jiných hledisek, než jsou ta, z nichž potřebujeme vycházet. Je proto nutné informace z dokumentů správně vybrat, zhodnotit a analyzovat z hlediska potřeb konkrétního výzkumu. Při výběru dokumentů se řídíme potřebami výzkumu a zvažujeme kvalitu dané informace, bereme v úvahu, že získané informace mohou být určitým způsobem zkreslené.[11]

2.13 SWOT analýza

SWOT analýza je metoda, která byla vyvinuta pro tvorbu strategie. Při přiblížení této metody vycházíme z definice strategie jako vytvoření budoucího způsobu řízení organizace, která buď zachová, nebo zlepší konkurenční postavení.

V rámci celkového procesu strategického plánování je dobrá taková strategie, která neutralizuje hrozby očekávané z vnějšího prostředí, počítá s využitím budoucích příležitostí. Hlavní směry těží ze silných stránek organizace a snaží se eliminovat známé slabé stránky. Jedná se o dynamický proces. (10. str. 46)

Název metody SWOT vychází ze spojení prvních písmen čtyř anglických slov, s jejichž významem, samotná metoda pracuje.

Vnitřní faktory:

- Strengths - tzv. silné stránky organizace, přednosti, finanční síla, úroveň struktury organizace, personální politika, konkurenční schopnost na trhu, apod.
- Weaknesses - tzv. slabé stránky organizace, napojení na infrastrukturu, image, závislost na distribuci komponentů potřebných k výrobě ze zahraničí, apod.

Vnější faktory:

- Opportunities - tzv. příležitosti, malá konkurence v tržním odvětví, výroba nedostatkového zboží na trhu, velká úroveň poptávky po službě, apod.
- Threats - tzv. hrozby, vstup nového výrobce na trh, rychlý nárůst konkurence, nový vývoj, výzkum a technologie, apod.[10]

3. Analýza marketingu vybraných cyklostezek

V této kapitole se budu zabývat analýzou marketingu vybrané cyklotrasy z Moravskoslezského kraje. Pomocí výzkumné metody rozhovoru a dotazníku zjistím potřebné formace o cyklistické infrastruktuře v Ostravě.

3.1 Profil Moravskoslezského kraje

Moravskoslezský kraj se nachází na severovýchodní části území České republiky. Celková rozloha kraje je 5 555 km², což je asi 7 % území celé republiky. Hranice kraje na severu a východě sousedí s Polskem, na jihovýchodě se Slovenskou republikou. Na západě sousedí s Olomouckým krajem a na jihu se Zlínským krajem. Celý kraj zahrnuje šest územních částí, okresů NUTS 4.

Okresy:

- Bruntál (region NUTS 4).
- Frýdek – Místek (region NUTS 4).
- Karviná (region NUTS 4).
- Nový Jičín (region NUTS 4).
- Opava (region NUTS 4).
- Ostrava (region NUTS 4).

3.1.1 Cyklistická infrastruktura Moravskoslezského kraje

Cyklistická infrastruktura se tvoří postupně po jednotlivých úsecích. S cílem vytvořit bezpečnou, kvalitně značenou cyklistickou stezku oddělenou od komunikací určených pro motoristický způsob dopravy. Současná struktura cyklostezek a cyklotras je velice rozsáhlá. Z toho důvodu si vyberu konkrétní cyklotrasu Beskydy RADEGAST CykloTrack.

3.2 Beskydy RADEGAST CykloTrack

Usek trasy: Nošovice – Dobrá – Lučina – Soběšovice - Horní Bludovice – Těrlicko – Albrechtice – Koňákov – Střítež – Smilovice – Komorní Lhotka – Vyšní Lhoty – Nižní Lhoty – Nošovice.

Celková délka trasy činí 53,3 km.

Doporučený typ kola: Silniční a trekkingové.

Cyklotrasa je vedena malebným prostředím CHKO Beskydy, rekreačními oblastmi Žermanice a Těrlicko, spojuje 40 hospůdek (restauračních zařízení), která jsou buď přímo na trase, nebo v její bezprostřední blízkosti. Tento neobvyklý projekt distribuuje Plzeňský Prazdroj pod značkou nejprodávanějšího moravského piva Radegastu. Cely projekt je součástí rozvoje pivní turistiky. V tomto projektu má každá trasa své logo. (viz obr. 2.8)

„Podporujeme naše zákazníky v "domácím" regionu. Chceme, aby nás naši zákazníci, provozovatelé hostinců a restaurací na trase, vnímali nejen jako dodavatele piva, ale především jako partnera, který má zájem na jejich prosperitě, rozvoji a úspěchu," říká Otakar Binder, obchodní a distribuční ředitel skupiny Plzeňského Prazdroje. "Navíc je trasa zajímavým spojením obchodních a marketingových aktivit, které přibližují jak zájmy obchodu svou podporou našich zákazníků, tak i příležitost pro cyklisty – spotřebitele – milovníky značky Radegast".[29]

Výstavba cyklostezky vznikala za spolupráce Klubu českých turistů a Nadace Partnerství. Tímto je zaručeno, že trasa splňuje evropské standardy pro značení cyklotras, příznivý přístup vedení stezky v krajině a také nejdůležitější bezpečnost provozu samotných cyklistů. Stezka je napojena na mezinárodní cyklistický okruh Euroregionem Těšínské Slezsko a cyklistickou Beskydsko-karpatskou magistrálu. Tento projekt zahrnuje i propagaci jednotlivých regionů, může přilákat širší turistickou veřejnost a tím vytvořit podmínky pro udržení a podporu místního rozvoje.[29]

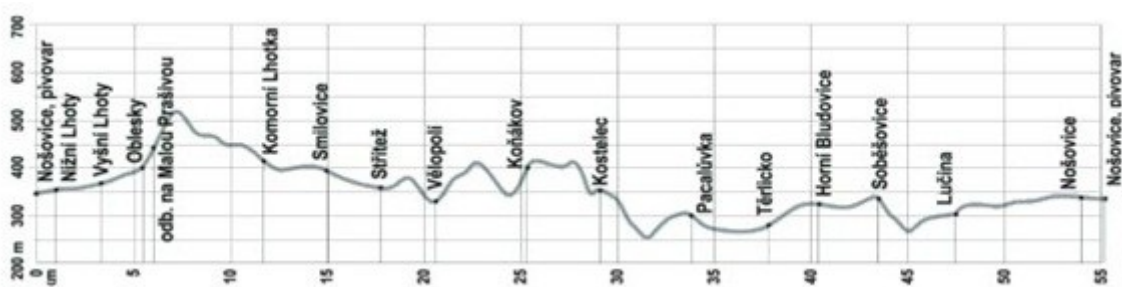
Obr. 2.8 Logo trasy (zdroj: [29])



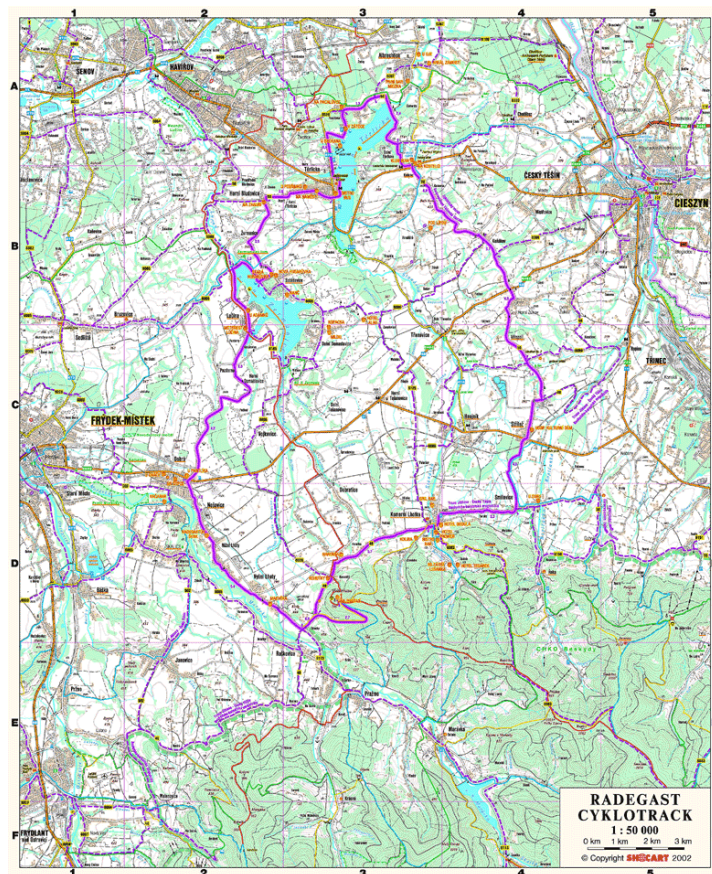
Turistické zajímavosti na trase:

- Pivovar Radegast v Nošovicích.
- Obec Dobrá - Barokní kostel sv. Jiří, Pánský dvůr se sýpkou, starý mlýn.
- Skalická Morávka - zbytek divoké štěrkonosné řeky.
- Žermanická a Těrlická přehrada.
- Vesnická památková zóna v Komorní Lhotce.
- Vrch Malá Prašivá (706 m. n. m.).

Obr. 2.9 Profil trasy (zdroj: [30])



Obr. 2.10 Mapa trasy (zdroj: [29])



3.3 SWOT analýza

V této kapitole se zaměřuji na aplikaci metody SWOT analýzy, ve které rozdělují silné a slabé stránky marketingu cyklostezky, neopomenu ani jeho příležitosti a hrozby.

SWOT analýza (zdroj: vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Logo cyklostezky a reklama značky	Chybí marketingová a komunikační strategie
Podpora místního rozvoje	Nedostatečná propagace
Spolupráce s podnikateli	Netváří se produkt aktivní dovolené
Splnění evropských standardů cyklo-značení	Absence tvorby a distribuce propagačního materiálu
Propojení s mezinárodními cyklo-okruhy	Nedostatek cyklo-služeb podél trasy
Informace v Aj, Nj, Pj na webových str.	Nedostatek finančních prostředků
Příležitosti	Hrozby
Možnost vytvoření dalšího projektu	Vytvoření konkurenčního programu
Pořádání závodů (sportovních akcí)	Ztráta zájmu cyklistů (veřejnosti)
Propagace stezky veřejnosti	Vysoká nehodovost cyklistů
Koordinace cestovního ruchu a cyklistiky	Vliv alkoholu na bezpečnost cyklistů
Vytvoření trasy i pro in-line bruslaře	Neregulovaný rozvoj cyklistiky v CHKO
Spolupráce s tour operátory	Neblahý vliv na životní prostředí

3.4 Cyklistická infrastruktura regionu Ostravsko

V této části se budu zabývat cyklistickou infrastrukturou regionu Ostravsko.

Ostravsko je region kolem statutárního města Ostravy. Historie města je úzce spjata s těžbou uhlí a železárenským průmyslem. Postupem času se z průmyslových zón začaly stávat muzea, například světoznámé muzeum Landek. S ukončením těžebního průmyslu se začalo zlepšovat ovzduší a celkové životní prostředí v Ostravě. Region se začal rozvíjet ve všech směrech, pozadu nezůstává ani v rozvoji cyklistické infrastruktury. Výstavba nových cyklostezek, zavedení nového cyklistického značení a přechodu ve městě, postavení nových hlídaných garáží pro jízdní kola v centru Ostravy jsou tomu důkazem.

3.5 Rozhovor

No otázky rozhovoru odpovídal konzultant pro odbor dopravy Ostravského magistrátu p. Martin Krejčí, který je v současné době jmenován radou města jako městský cyklokoordinátor. Použil jsem metodu rozhovoru, pro zjištění informací o současné koncepci cyklistické infrastruktury města a o plánované koncepci do budoucna.

1. Jak dlouho se věnujete práci, poradce pro ostravský magistrát, pro odbor dopravy?

Cyklistickou dopravu jsem měl na starosti od roku 1992, kdy jsme s kolegou z Útvaru hl. architekta MMO p. ing. Datinským začali tvořit územní plán města, který s úpravami platí dodnes. Po svém odchodu z MMO v r. 1996 jsem začal vykonávat funkci poradce, v současné době jsem jmenován radou města jako městský cyklokoordinátor.

2. Co je náplní vaší práce?

Náplň mé práce pro město Ostravu je zastupování města vůči národnímu cyklokoordinátorovi, prezentace města vč. přednášek, vztahu k občanským sdružením a styku s médii, údržba internetových stránek a mapy cyklistických stezek na magistrátním serveru, účast na jednáních týkajících se cyklistické dopravy, organizace pravidelné jízdy ostravských starostů po cyklostezkách, kontrola stavu a značení cyklotras na území města, prezentace údajů o cyklodopravě v pravidelném sborníku informací o dopravě města. Dále mám na starosti spolupráci na diplomových pracích týkajících se cyklistické dopravy, odpovídám na dotazy veřejnosti, sloužím odboru dopravy a investic města jako konzultant při přípravě materiálů pro radu města nebo stanovisek. Připravuji s kolegy z těchto odborů plány investic, navrhujeme úpravy pro cyklisty na světelně řízených křižovatkách. Kontroluji, zda parcely, které město prodává nebo pronajímá, nemají sloužit ve výhledu pro cyklistickou dopravu.

Mimo své aktivity pro město Ostravu též působím jako projektant, v současné době například zpracováváme generel cyklistické dopravy města Třince, projektujeme některé další cyklostezky mimo Ostravu, zpracováváme projekty regenerace sídlišť, atd. atd.

3. Kolikrát jste se setkal s aplikací marketingových technik (tahu), při výstavbě cyklostezek v ostravském regionu?

Nesetkal.

4. Za jakým účelem město dává z rozpočtu finanční zdroje na výstavbu cyklistické infrastruktury?

Statutární město Ostrava podporuje rozvoj cyklistické dopravy s cílem zachování podmínek pro trvale udržitelný rozvoj, tj. preferenci životnímu prostředí neškodlivé dopravy (preferenci výstavby cyklotrasy podél hlavních silničních komunikací s cílem zajištění větší bezpečnosti cyklistů). Současně město podporuje i rekreační cyklistiku jako prostředek denní rekreace občanů i možnosti pohybu po městě pro návštěvníky města (např. koridory podél řek Ostravice, Odry).

5. Propojuje město dopravní politiku například s politikou životního prostředí apod?

V současné době se město připravuje na zajištění plánů mobility, které tuto integrální věc budou obsahovat.

6. Zvyšuje se podle vás využívání cyklostezek úměrně k rozvoji cyklistické infrastruktury? Vzhledem k časové posloupnosti?

Ano, podle porovnání výsledků sčítání mezi lety 2005 - 6/2010 je vidět vzrůstající tendence."

7. Jaký je současný stav cyklostezek v ostravském regionu, a jak to vypadá do budoucna? Na co se zaměřuje koncepce do budoucna?

Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v městě Ostravě si dává za cíl vybudovat více než 400 km cyklistických stezek a tras, v současné době jsme zhruba na polovině. Nyní se zaměřujeme zejména na vybudování 5 páteřních tahů (greenway podél Odry, greenway podél Ostravice, spojení Poruby s jihem města, Poruby s centrem, centra s jihem města). Co se týče návaznosti na okolní území, připravují se záměry na propojení údolím Porubky, dále návaznost na budovanou nemotoristickou komunikaci do Děhylova a samozřejmě cyklokoridor podél řeky Odry bude navazovat na Bohumín a podél Ostravice byste měl dojet až do Beskyd.

Vlastní rozvoj cyklistické dopravy mimo Ostravu však by měl řídit kraj, v současné době se regionální rada zaměřuje na kompletaci některých páteřních tras.

3.6 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zmapovat, zda jsou cyklisté spokojeni se současnou cyklistickou infrastrukturou u nás v regionu. Jestli jim vyhovuje dosavadní kvalita stezek a jejich značení. Zda-li považují propagaci a množství propagačních materiálů za dostačující. Metodou dotazníku jsem chtěl zjistit komplexní spokojenost cyklistů se vším, co souvisí s užíváním kola v regionu kolem města Ostravy.

3.6.1 Příprava dotazníkového šetření

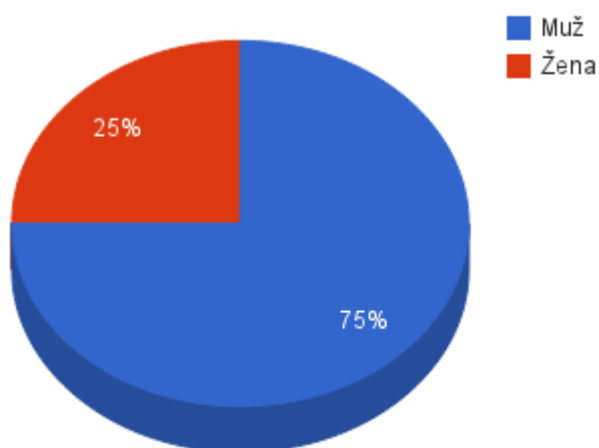
Pro vyhodnocení marketingu cyklostezek a spokojenosti jejich uživatelů byla použita metoda dotazníku (viz příloha č. 1). Dotazník se skládá z celkem 13 otázek, z nichž všechny byly otázky uzavřené. Otázky byly položeny stručně a jasně tak, aby vyplnění bylo jednoduché a pochopitelné. Respondent mohl zatrhnout buď jednu, nebo více odpovědí. Dotazník byl respondentům posílán v elektronické podobě.

3.6.2 Výsledky vlastního šetření

Otázka č. 1: Jste muž nebo žena?

Dotazník vyplnilo celkem 40 respondentů (30 mužů – 75% a 10 žen- 25%).

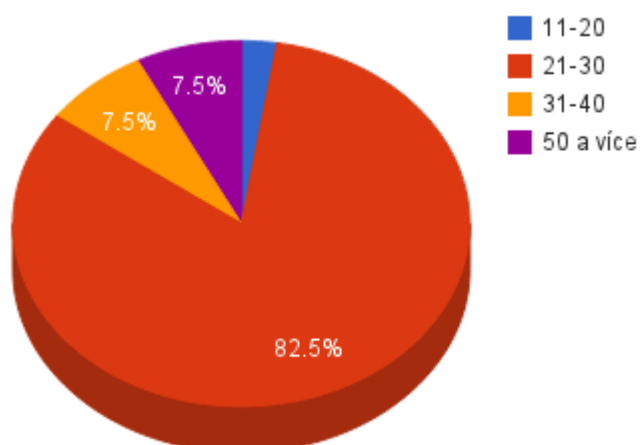
Graf: Pohlaví respondentů (zdroj: vlastní zpracování)



Otázka č. 2: Kolik vám je let?

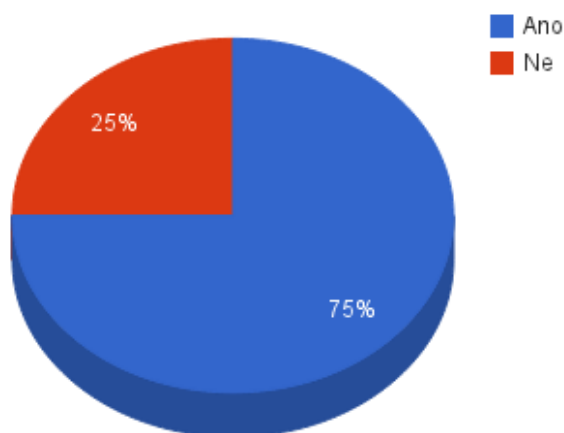
Rozdělil jsem respondenty do čtyř věkových kategorií.

Graf: Rozdělení respondentů do věkových kategorií (zdroj: vlastní zpracování)



Otázka č. 3: Jste student?

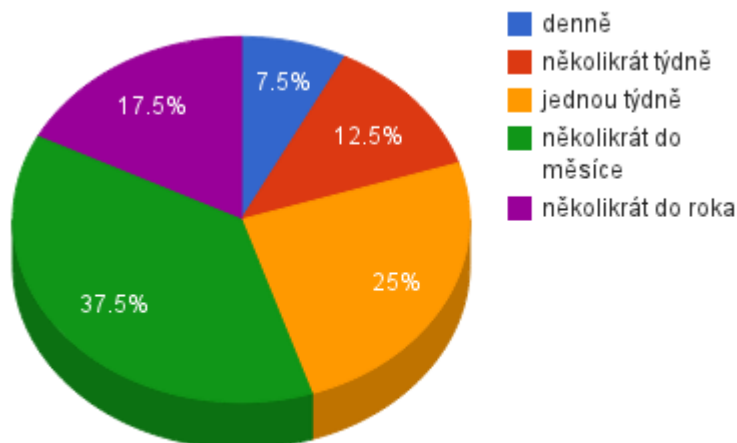
Graf: Rozdělení respondentů na studenty a pracující (zdroj: vlastní zpracování)



Z celkového počtu 40 respondentů bylo právě 30 studentů, což činí 75 %.

Otázka č. 4: Jak často jezdíte na kole?

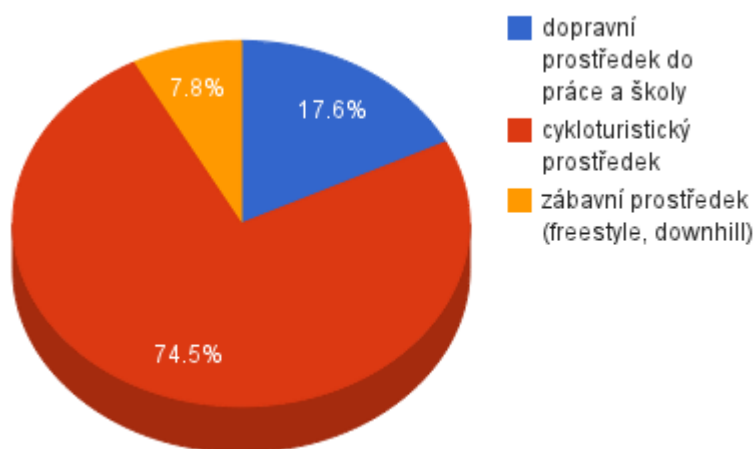
Graf: Časové využití kola (zdroj: vlastní zpracování)



V další otázce jsem rozdělil respondenty podle kriteria, jak často jezdí na kole. Největší část dotazovaných osob jezdí několikrát do měsíce (37, 5%), o něco méně je těch, kteří na kolo sednou jedenkrát týdně (25%). Několikrát do týdne užívá kolo 12, 5%, aktivních cyklistů, kteří jezdí na kole každý den je 7, 5% zbytek jsou cyklisté, kteří kolo využívají jen několikrát do roka.

Otázka č. 5: Používáte kolo jako?

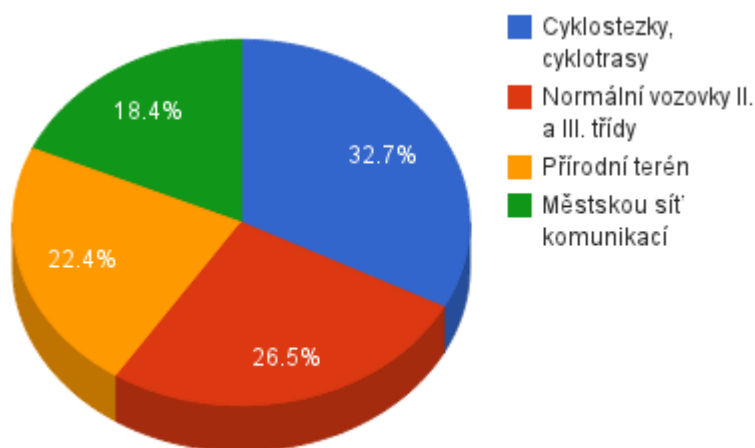
Graf: Způsob využití jízdního kola (zdroj: vlastní zpracování)



Další kritériem, podle kterého jsem rozdělil zkoumaný soubor osob, bylo způsob využití jízdního kola. Největší část, necelých 75%, odpověděla, že své kolo využívá, jako cykloturistický prostředek. Zbytek se dělil mezi dopravní prostředek do práce nebo školy (17, 6%) a záabavní prostředek (7, 8%).

Otázka č. 6: Pro jízdu na kole využíváte?

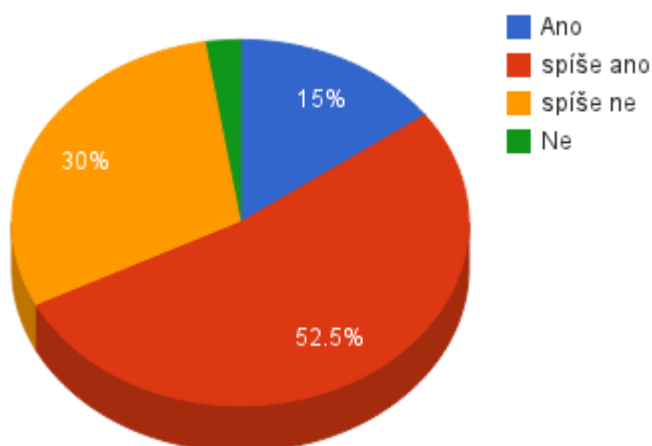
Graf: Prostředí pro využití kola (zdroj: vlastní zpracování)



Dotazníkovým šetřením, konkrétně otázkou č. 7 jsem zjistil, že největší část cyklistů využívají pro jízdu na kole buď cyklostezky, cyklotrasy nebo vozovky II. a III. třídy. Necelá čtvrtina tráví čas na kole jízdou přírodním terénem. Zbytek jezdí po městské síti komunikací, stejná cílová skupina, která v předchozí otázce uvedla, že na kole jezdí buď za prací, nebo do školy.

Otázka č. 7: Jste spokojeni se značením cyklostezek?

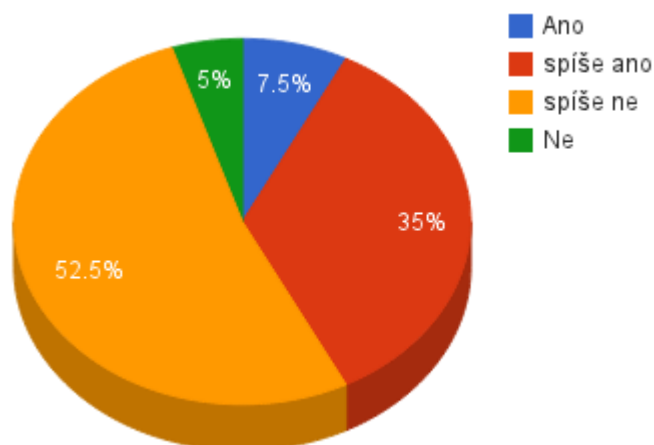
Graf: Spokojenost se značením (zdroj: vlastní zpracování)



Z celkového počtu dotazovaných cyklistů je 67,5 % spokojených s úrovní kvality značení cyklostezek.

Otázka č. 8: Myslíte si, že je dostatečné množství propagačního materiálu o cyklostezkách?

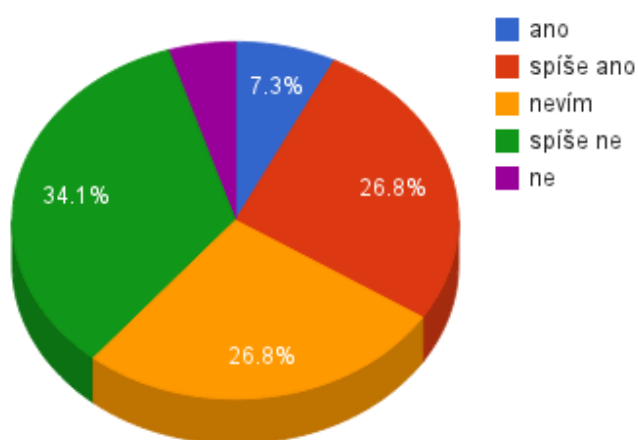
Graf: Hodnocení propagačního materiálu (zdroj: vlastní zpracování)



Větší polovina dotazovaných osob odpověděla, že podle nich je propagačního materiálu nedostatek. Ve srovnání s předchozí otázkou, cyklisté nejsou spokojeni s kvalitou a množstvím propagačního materiálu, avšak značení cyklostezek považují za dobré.

Otázka č. 9: Když by město pořádalo veřejný veletrh cestovního ruchu na podporu cyklistické dopravy, kde by docházelo k propagaci nových cyklostezek, seznámení občanů s plánovanými výstavbami, zúčastnili byste se takovéto akce?

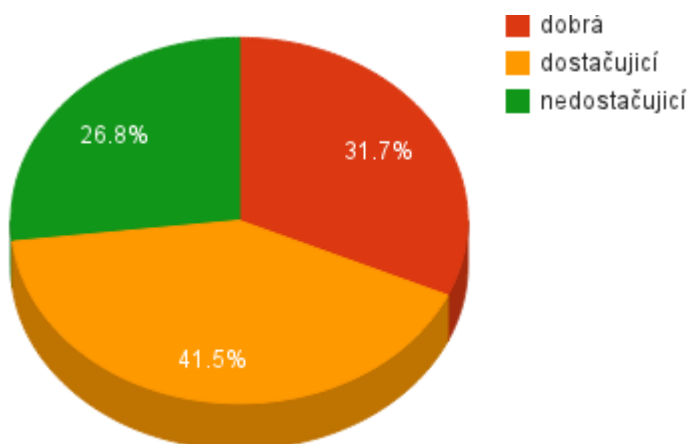
Graf: Účast na veletrhu cyklostezek (zdroj: vlastní zpracování)



Tento graf nám ukazuje úroveň zájmu ze strany cyklistů k marketingovým a propagačním akcím ze strany měst a obcí.

Otázka č. 10: Jak hodnotíte propagaci cyklostezek v Ostravském regionu?

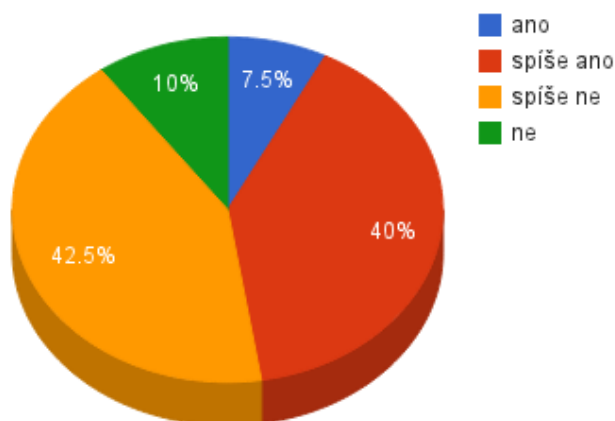
Graf: Hodnocení propagace cyklostezek (zdroj: vlastní zpracování)



K této otázce bylo na výběr ze čtyř možností odpovědí: výborná, dobrá, dostačující a nedostačující. Odpověď výborná nezvolil žádný respondent (0 %), za dobrou považuje propagaci 31,7 %, dostačující 41,5 % a zbytek považuje úroveň propagace v Ostravském regionu za nedostačující.

Otázka č. 11: Jste spokojeni se současným stavem cyklistické infrastruktury u nás v regionu?

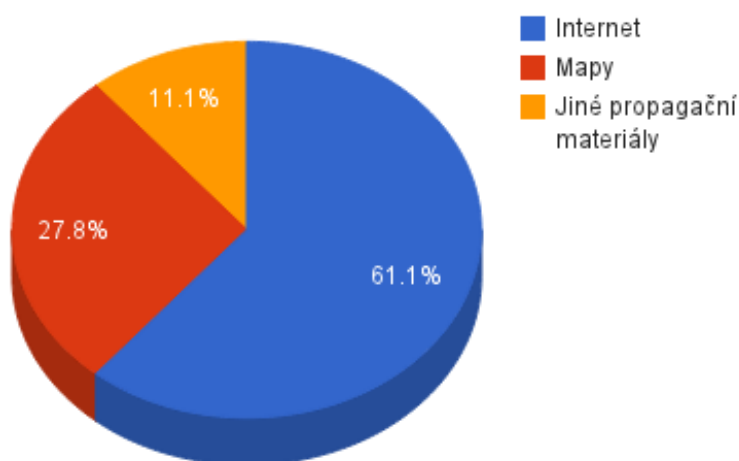
Graf: Hodnocení stavu cyklistické infrastruktury (zdroj: vlastní zpracování)



Ze zpracování odpovědí na otázku č. 11 nemohu vyvozovat informační závěry, jelikož procentuální poměr mezi spokojenými a nespokojenými cyklisty je přibližně stejný.

Otázka č. 12: Jak vyhledáváte potřebné informace o cyklostezkách?

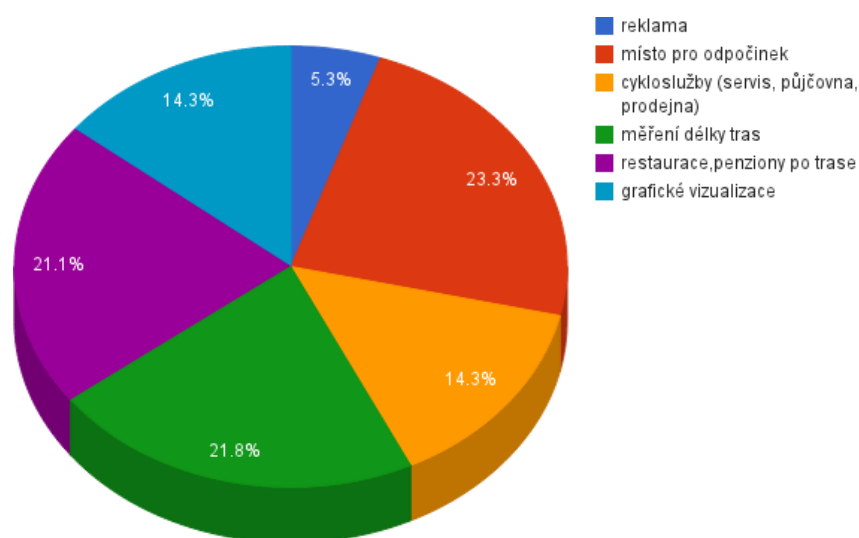
Graf: Způsob vyhledávání informací (zdroj: vlastní zpracování)



Tento graf nás informuje o způsobu vyhledávání informací cyklisty o cyklostezkách. Velká většina populace využívá pro hledání informací internet. Při aplikaci marketingu je důležité brát v potaz, že v dnešní době je hybným médiem internet pro tvorbu a propagaci informačních materiálů.

Otázka č. 13: Jaké informace, data, očekáváte, že najdete v propagačních materiálech našeho regionu?

Graf: Obsah propagačního materiálu (zdroj: vlastní zpracování)



Při tvorbě propagačního materiálu by měl být kladen důraz na to, co od něj očekávají koneční uživatelé. Z důvodu, že respondenti nemuseli vybrat jen jednu odpověď, nemůžeme zjistit žebříček potřeb jednotlivých cyklistů, ale jen obecné reference celého zkoumaného souboru osob. Od informačního materiálu o cyklostezkách dotazovaní cyklisté očekávají informace o restauračních zařízeních podél trasy, o možnosti odpočinku, a aby měli možnost změřit si délku své trasy. Nemalé procento uvedlo i grafické vizualizace, které jsou více než pro tištěné materiály, typické pro propagaci v elektronické podobě na internetu.

4. Shrnutí výsledků analýzy, návrhy a doporučení

V této kapitole se zaměřuji na shrnutí výsledku analýzy a získaných informací.

Shrnutí výsledků analýzy a získaných informací:

Výzkumnou metodou rozhovoru s cyklokoordinátorem Martinem Krejčím jsem zjistil, že v současné době se v České republice neaplikuje marketing na plánování a výstavbu cyklostezek. Ve srovnání se západními zeměmi nám chybí celonárodní komunikační a marketingová strategie, která je řízena národním koordinátorem.

Ministerstvo dopravy svým fondem SFDI a ministerstvo pro místní rozvoj podporují podmínky udržitelného rozvoje, do kterých podpora cyklistické infrastruktury určitě patří. Největší část práce mají při plánování a výstavbě cyklostezek samotné města a obce, které koncepce financují z vlastních zdrojů nebo využívají ROP z Evropské unie. Cyklostezky se zakreslují do územního plánování. Výstavbou oddělených stezek od silničních komunikací se úspěšně daří snižovat počet usmrcených cyklistů ve městech.

V cyklistické infrastruktuře se můžeme setkat s marketingovou strategií aplikovanou jen lokálně. O marketingu lze mluvit v projektech Cyklisté vítáni nebo Radegast CykloTrack. Oba tyto marketingové projekty vlastní logo, propagační materiál, webové stránky a důležitá je certifikace podnikatelů s nimiž spolupracují.

Aplikací SWOT analýzy jsem zjistil silné a slabé stránky marketingu cyklotrasy Beskydy Radegast CykloTrack. Na tomto příkladu lze jednoduše ukázat nedostatky marketingu cyklostezek. Nedostatečná propagace, chybí řízení koordinace (komunikační strategie), absence spolupráce s tour operátory a cestovním ruchem. Marketing cyklostezek se u nás teprve rozvíjí, začíná se aplikovat po částech, forma uceleného projektu jako je např. v Německu tady ještě nějakou dobu nebude.

Současný stav cyklistické infrastruktury je dobrý, finance dotované na výstavbu cyklostezek a cyklotras se v posledních letech zvýšily. **Počet schopných, bezpečných a dobře značených cyklostezek se stále zvyšuje, ale nutno podotknout, že to není aplikací marketingové strategie, nýbrž však plánovaná koncepce jednotlivých měst a obcí, jak řekl hlavní koordinátor pro město Ostrava Martin Krejčí.**

4.1 Návrhy a doporučení

Na základě získaných informací výzkumnými metodami rozhovoru, SWOT analýzy a dotazníkového šetření navrhuji doporučení na zlepšení situace do budoucna.

Z důvodu podobnosti problematiky nedostatečného množství a forem propagačního materiálu, jak u projektu Beskydy Radegast CykloTrack, tak i u propagace cyklostezek v ostravském regionu jsou návrhy na doporučení stejná.

Jelikož je v dnešní době hybným médiem internet (viz otázka č.12), proto doporučuji propagovat cyklostezky na internetu tvorbou interaktivních webových portálů.

Odpovědi na otázku č: 13, které jsou pro vyhodnocení a případné doporučení důležitá, zahrnují kriteria, kterými by se měli řídit tvůrci webových stránek, map nebo jiných tištěných informačních a propagačních materiálu.

Na základě dotazníkového šetření mezi cyklisty doporučuji pro zkvalitnění propagačního materiálu, aby obsahoval:

1. Informace o možnosti odpočinku na trase (odpočívadla).
2. Možnost změření délky trasy.
3. Informace o restauračních zařízeních.
4. Cykloslužby (cykloservis, půjčovny a prodejny jízdních kol).
5. Grafické vizualizace (obrázek výškového profilu trasy).

Marketingová strategie musí mít pevný základ v organizaci a propagačním materiálu. Kvalita a množství propagovaného materiálu ukazují široké veřejnosti na jaké úrovni se marketing v současné době nachází. Není lepší forma nabídky než ta, která se alespoň z velké části řídí potřebami konečných uživatelů v našem případě cyklistů.

Jelikož se v České republice neaplikuje celonárodní marketing cyklostezek, vytvořil jsem návrh obecného marketingu cyklistické infrastruktury.

4.2 Návrh obecného marketingu cyklistické infrastruktury

Na základě výsledků analýzy marketingu cyklistické infrastruktury uvádím obecné body marketingu, které by měly být dodržovány při aplikaci celonárodní marketingové a komunikační strategie.

Marketing cyklostezek:

- Napojení na národního koordinátora.
- Spolupráce a garance oficiální marketingové a komunikační strategie pro cyklistiku
- Koordinace cestovního ruchu a cykloturistiky
- Návrhy řešení do budoucna v souladu se strategickým rozvojem cykloturistiky
- Využití možností financování z grantů EU
- Tvoření produktu aktivní dovolená
- Prezentace cyklostezek a plánovaných koncepcí na veletrzích cestovního ruchu
- Tvorba a distribuce propagačního materiálu
- Interaktivní webové stránky – možnost plánování tras a cílu (kultura, sport, atd.)
- Spolupráce s podnikateli (certifikace)
- Tvorba loga jednotlivých cyklostezek – poskytnutí loga za určitých podmínek
- Spolupráce s tour operátory
- Spolupráce s ostatními organizacemi
- Spolupráce se zahraničím
- Zajištění dostupnosti cykloslužeb, map a informačního materiálu
- Propojenost s informačními centry krajů a měst
- Tvorba tematických nebo vzdělávacích okruhů (naučně-poznávací stezky)

5. Závěr

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo prozkoumat současný stav marketingu cykloturistické infrastruktury v Moravskoslezském kraji se zaměřením na město Ostrava. Zjistit, zdali se používá marketing při plánování a výstavbě cyklostezek. Pomocí dotazníkové metody byla zhodnocena spokojenost cyklistů se současnou situací v regionu. Na základě získaných informací byla vyslovena doporučení, jak současnou situaci zlepšit. Dílčím cílem práce bylo analyzovat marketing vybrané cyklotrasy Byskydy Radegast CykloTrack.

První kapitola obsahuje teoretické vymezení pojmů marketing a sportovní marketing. V této části jsou přiblíženy možné náhledy na cyklistiku, její základní rozdělení. Jsou zde popsány druhy komunikací pro cyklisty. Jsou uvedeny způsoby značení a majetkové vymezení jednotlivých stezek. Dochází k vymezení zákonů a norem týkajících se cyklistické infrastruktury. Možností a způsobu jejího financování a je zde uveden zběžný náhled na cyklostrategii České republiky.

V druhé části práce se věnuji aplikací jednotlivých výzkumných metod s cílem analyzovat marketing cyklostezek. Stručně je popsán profil Moravskoslezského kraje se zaměřením na region Ostravsko. Tato část práce obsahuje rozhovor s cyklokoordinátorem města Ostrava, který mi poskytl potřebné informace o současném stavu a plánované koncepci cyklistické infrastruktury.

Na základě výsledků dotazníkového šetření je zhodnocena spokojenost cyklistů se současnou kvalitou propagačního materiálu cyklostezek a se stavem jejího značení.

Metoda SWOT analýzy byla aplikována na marketing vybrané cyklotrasy, na jejichž výsledku lze ukázat nedostatky aplikovaného marketingu cyklostezek v České republice.

Na základě získaných informací a výsledku byly vyřčeny doporučení na zlepšení stávající situace do budoucna.

V posední kapitole je popsán návrh obecného marketingu cyklistické infrastruktury, dle kterého by se měli cyklokoordinátoři řídit. V současné době se v České republice přímá marketingová a komunikační strategie neaplikuje. Nicméně tento návrh nás informuje o možných způsobech řešení a zlepšení současného marketingu cyklostezek.

Seznam použité literatury:

a) knihy

1. KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. vyd. Praha: Grada, 1998. ISBN 80-7169-600-5
2. KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozšířené vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-2470-016-6
3. SVOBODOVÁ, H. *Základy marketingu I*. 2. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2003. ISBN 80-248-0445-X
4. DURDOVÁ, Irena. *Základní aspekty sportovního marketingu*. Ostrava: VŠB – TU Ostrava, 2005. ISBN 80-248-0827-7
5. *Rekreační cyklistiky*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0726-8.
6. MINISTERSTVO DOPRAVY. *Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy ČR*. Ministerstvo dopravy, 2005. ISBN: 80-86502-11-2.
7. NEUMANN, J. a kol.: *Turistika a sporty v přírodě*. Praha : Portál, 2000. ISBN 80-7178-391-9kl.
8. *PRŮMYSL CESTOVNÍHO RUCHU*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.
9. HERMOVÁ, Hanka. *Rekreační cesty pro cyklisty: Východiska, důsledky a řešení*. Jablonec nad Nisou: Česká Mountainbiková Asociace, 2008. Dostupné z: <http://www.cemba.eu/publikace/hermova-h-rekreacni-cesty-pro-cyklisty.pdf>
10. MLÁDKOVÁ, L., JEDIŇÁK, P. a kol. *Management*. Plzeň, 2009 vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk
11. DURDOVÁ, Irena. *Sociálně-ekonomické aspekty sportu*. Ostrava: Repronis, 2004. ISBN 80-7329-075-8.

b) elektronické zdroje

12. Marketing ve sportu | Fakulta sportovních studií. *Fakulta sportovních studií* [online]. 2007 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/elportal/estud/fsps/ps07/mark/index.html>
13. Cyklistika, MTB - historie Sportovní.net. *Sportovní.net* [online]. Copyright 2004 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.sportovni.net/cyklist/historie/>
14. Cyklistika jako sport pro všechny | Magazín pro muže. *Magazín pro muže* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.menworld.cz/clanek/cyklistika-jako-sport-pro-vsechny>

15. Turistika - Wikipedie. *Wikipedie* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Turistika>
16. Vítězslav Dostál - Wikipedie. *Wikipedie* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADt%C4%Bzslav_Dost%C3%A1l
17. Cyklisté vítáni - ČESKO JEDE. *ČESKO JEDE* [online]. 2011 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.ceskojede.cz/rubriky/cykliste-vitani/>
18. ČeMBA - ZÁKONY A NORMY. *Úvodní stránka webu ČeMBA, o.s.* [online]. 2007-2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cemba.eu/zakony-a-normy/>
19. Cykloterminologie I doprava.praha-mesto. BOHÁČ, Štěpán. *Doprava.praha-mesto* [online]. 2006 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: [http://doprava.praha-mesto.cz/\(e2ozu22b3uxsi5i5mxso3d45\)/files/=45986/Cykloterminologie.pdf](http://doprava.praha-mesto.cz/(e2ozu22b3uxsi5i5mxso3d45)/files/=45986/Cykloterminologie.pdf)
20. Eurovelo - evropská síť cyklotras - Články - Cyklotrasy - Cyklotoulky.cz. *Cyklotoulky.cz* [online]. 2007 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklotoulky.cz/clanky/clanky-display/cyklotrasy/zahranici/eurovelo-evropska-sit-cyklotras/0086/>
21. Ředitelství silnic a dálnic ČR - Pozemní komunikace, jejich rozdělení a správa. *Ředitelství silnic a dálnic ČR* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.rsd.cz/udrzba-komunikaci/rozdeleni-komunikaci-a-sprava>
22. Cykloznačení I Klub českých turistů. *Klub českých turistů* [online]. 2005-2011 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/turisticke-znaceni/cykloznaceni>
23. Cykloznaceni - cyklistické značení, značky. *Cyklistikakrnov* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklistikakrnov.com/Cykloinformace/Cykloznaceni.htm>
24. Rozvoj cyklistické dopravy v České republice. *Ministerstvo dopravy* [online]. 2006 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: http://www.mdcz.cz/cs/Silnicni_doprava/ROZVOJ_CYKLISTICKE_DOPRAVY_V_CR/
25. Česko jede I Cyklokonference. *Cyklokonference* [online]. 2008-2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklokonference.cz/ceskojede/>
26. Cyklostrategie, info-finance I Cyklokonference. *Cyklokonference* [online]. 2008-2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: http://www.cyklokonference.cz/cms_dokumenty/9.finance.pdf
27. Strukturální fondy EU I Regionální operační programy. *Strukturální fondy EU* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy>
28. Strukturální fondy EU I ROP NUTS II Moravskoslezsko. *Strukturální fondy EU* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy/ROP-NUTS-II-Moravskoslezsko>

29. BESKYDY RADEGAST CYKLOTRACK - Beskydy - Turistika - Cyklostezky - Nošovice - Beskydy.cz. *Cyklistika, Beskydy.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://cyklistika.beskydy.cz/content/beskydy-turistika-beskydy-radegast-cyklotrack.aspx>
30. Beskydy Radegast CykloTrack - Články - Cyklotrasy - Cyklotoulky.cz. *Cyklotoulky.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklotoulky.cz/clanky/clanky-display/cyklotrasy/ceska-republika/beskydy-radegast-cykloTrack/00159/>
31. Výletník.cz I Cyklotrasy. *Výletník.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/severni-morava/ostravsko-a-poodri/1690-vylet-do-fulneku-pres-chko-poodri/>
32. Cyklistické trasy a stezky I Ostrava. *Ostrava.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.ostrava.cz/cs/turista/aktivni-vyziti/cykloturistika>
33. Mapa cyklotras ČR. *Cyklistikakrnov* [online]. 2012 [cit. 2012-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklistikakrnov.com/CykloKrnovsko/Stavba3.gif>

Seznam zkratek:

Mgr.: magister

Msgr.: monsignor

p.: pán

tzv.: tak zvané

HDP: hrubý domácí produkt

MTB:– mountain bike

ad.: a další

např.: například

EU: Evropská unie

KČT: klub českých turistů

CDV: Centrum dopravního výzkumu

ROP: Regionální operační programy

CHKO: chráněná krajinná oblast

Aj: anglický jazyk

Nj: německý jazyk

Pj: polský jazyk

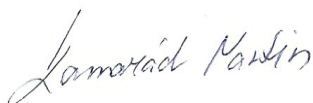
MMO: magistrát města Ostrava

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 4. 5. 2012



Martin Kamarád

Adresa trvalého pobytu studenta:

Klimkovice, Náměstí 35 PSČ: 742 83

Seznam příloh:

- Příloha č.1 – Dotazník pro cyklisty (zdroj: vlastní zpracování)
- Příloha č.2 - Výpis všech cyklotras sítě Eurovelo (zdroj: [20])

Příloha č.1 :

Dotazník pro cyklisty

Dobrý den jsem student VŠB TUO potřeboval bych po vás vyplněn následujících pár otázek. dělám výzkum do své bakalářské práce. Předem děkuji za Váš čas.

Jste muž nebo žena?

- ☐ Muž
- ☐ Žena

Kolik vám je let?

- ☐ 11-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 50 a více

Jste student?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

Jak často jezdíte na kole?

- ☐ denně
- ☐ několikrát týdně
- ☐ jednou týdně
- ☐ několikrát do měsíce
- ☐ několikrát do roka

Používáte kolo jako?

- ☐ dopravní prostředek do práce a školy
- ☐ cykloturistický prostředek
- ☐ zábavní prostředek (freestyle, downhill)

Pro jízdu na kole využíváte?

- ☐ Cyklostezky, cyklotrasy
- ☐ Normální vozovky II. a III. třídy
- ☐ Přírodní terén
- ☐ Městskou síť komunikací

Jste spokojeni se značením cyklostezek?

- ☐ Ano
- ☐ spíše ano
- ☐ spíše ne
- ☐ Ne

Myslíte si, že je dostatečné množství propagačního materiálu o cyklostezkách?

- ☐ Ano
- ☐ spíše ano
- ☐ spíše ne
- ☐ Ne

Když by město pořádalo veřejný veletrh cestovního ruchu na podporu cyklistické dopravy, kde by docházelo k propagaci nových cyklostezek, seznámení občanů s plánovanými výstavbami, zúčastnili by jste se takovéto akce?

- ☐ ano
- ☐ spíše ano
- ☐ nevím
- ☐ spíše ne
- ☐ ne

Jak hodnotíte propagaci cyklostezek v Ostravském regionu?

- ☐ výborná
- ☐ dobrá
- ☐ dostačující
- ☐ nedostačující

Jste spokojeni se současným stavem cyklistické infrastruktury u nás v regionu?

- ☐ ano
- ☐ spíše ano
- ☐ spíše ne
- ☐ ne

Jak vyhledáváte potřebné informace o cyklostezkách?

- ☐ Internet
- ☐ Mapy
- ☐ Jiné propagační materiály

Jaké informace, data, očekáváte, že najdete v propagačních materiálech našeho regionu?

- ☐ reklama
- ☐ místo pro odpočinek
- ☐ cykloslužby (servis, půjčovna, prodejna)
- ☐ měření délky tras
- ☐ restaurace, penziony po trase
- ☐ grafické vizualizace

Příloha č.2:

Výpis všech cyklotras sítě Eurovelo:

Severojižní trasy:

EV 1 – Trasa po pobřeží Atlantiku: (8 186 km)

North Cape (EV7, EV11) – Norské pobřeží – Trondheim (EV3) – Bergen (EV12) – Aberdeen (EV12) – Inverness (EV12) – Glasgow – Stranraer – Belfast – Galway (EV2) – Cork – Rosslare – Fishguard – Bristol (EV2) – Plymouth – Roscoff (EV4) – Nantes (EV6) – La Rochelle – Burgos (EV3) – Salamanca – Sagres

EV 3 – Poutnická trasa: (5 122 km)

Santiago de Compostella – Leon – Burgos (EV1) – Bordeaux – Tours (EV6) – Orleans (EV6) – Paříž – Namur (EV5) – Aachen (EV4) – Münster (EV2) – Hamburg (EV12) – Odense (EV10) – Viborg – Frederikshaven (EV12) – Gothenburg (EV12) – Oslo – Roros – Trondheim (EV1)

EV 5 – Via Romea Francigena: (3 900 km)

Londýn (EV2) – Canterbury – Calais (EV4) – Brusel – Namur (EV3) – Luxembourg – Štrasburg – Basel (EV6) – Lucerne – Milano – Piacenza (EV8) – Parma – Florence (EV7) – Siena – Řím (EV7) – Brindisi

EV 7 – Středoevropská trasa: (6 000 km)

North Cape (EV1, EV11) – Haparanda (EV10) – Sundsvall (EV10) – střední Švédsko – Copenhagen (EV10) – Gedser – Rostock (EV10) – Berlín (EV2) – Praha (EV4) – Ybbs (EV7) – Salzburg – Mantua (EV8) – Bologna – Florence (EV5) – Řím (EV5) – Naples – Syracuse – Malta

EV 9 – Od Baltu k Jadranu (Jantarová cesta): (1 930 km)

Gdaňsk (EV10) – Poznaň (EV2) – Olomouc – Brno (EV4) – Vídeň (EV6) – Marburg – Ljubljana – Trieste (EV8) – Pula

EV 11 – Východoevropská trasa: (5 964 km)

North Cape (EV1, EV7) – Finská jezera – Helsinky (EV10) – Tallinn (EV10) – Tartu – Vilnius – Varšava (EV2) – Krakov (EV4) – Košice – Bělehrad (EV6) – Skoplje – Thessaloniki – Atény (EV8)

Západovýchodní trasy:

EV 2 – Cesta hlavními městy: (5 500 km)

Galway (EV1) – Dublin – Holyhead – Bristol (EV1) – Londýn (EV5) – Harwich – Rotterdam – The Hague – Münster (EV3) – Berlín (EV7) – Poznaň (EV9) – Varšava (EV11) – Minsk – Moskva

EV 4 – Roscoff – Kiev: (4 000 km)

Roscoff (EV1) – Francouzské pobřeží Atlantiku – Le Havre – Calais (EV5) – Middelburg – Aachen (EV3) – Bonn – Frankfurt – Praha (EV7) – Brno (EV9) – Krakov (EV11) – Lvov – Kyjev

EV 6 – Od Atlantiku k Černému moři (Říční trasa): (3 653 km)

Nantes (EV1) – Tours (EV3) – Orleans (EV3) – Nevers – Chalon sur Saône – Basel (EV5) – Passau – Ybbs (EV7) – Linz – Vídeň (EV9) – Bratislava – Budapešť – Bělehrad (EV11) – Bukurešť – Constanta

EV 8 – Středomořská trasa: (5 388 km)

Cardiz – Malaga – Almeria – Valencia – Barcelona – Monako – Piacenza (EV5) – Mantua (EV7) – Ferrara – Benátky – Trieste (EV9) – Rijeka – Split – Dubrovnik – Tirana – Patras – Atény (EV11)

Okruhy:

EV 10 – Trasa kolem Baltského moře (Hanzovní okruh):

(7 930 km)

Sankt Petěrsburg – Helsinky (EV11) – Vaasa – Oulu – Haparanda (EV7) – Sundsvall (EV7) – Stockholm – Ystad – Malmö – Copenhagen (EV7) – Odense (EV3) – Rostock (EV7) – Gdaňsk (EV9) – Kaliningrad – Klaipėda – Riga – Tallinn (EV11) – Sankt Petěrsburg

EV 12 – Trasa kolem Severního moře: (5 932 km)

Bergen (EV1) – Stavanger – Kristiansand – Gothenburg (EV3) – Varberg – Grenaa –
Frederikshaven (EV3) – Hirtshals – Esbjerg – Hamburg (EV3) – Haag (EV2) – Rotterdam –
Harwich (EV2) – Kingston upon Hull – Newcastle – Edinburgh – Aberdeen (EV1) –
Inverness (EV1) – Thurso – Orkneje – Shetlandy – Bergen (EV1)[20]